

**ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Матеріали  
наукової конференції  
професорсько-викладацького складу та аспірантів  
Львівського торговельно-економічного університету**

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ В  
СУЧАСНИХ УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

**Львів, 10-11 травня 2018 року**

**Львів  
2018**

Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали щорічної наукової конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів Львівського торговельно-економічного університету / [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.]. – Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 386 с.

**ISBN 978-617-602-218-3**

У збірнику представлені тези доповідей, які оприлюдненні на щорічній науковій конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів Львівського торговельно-економічного університету “Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції”, яка відбулася у Львівському торговельно-економічному університеті 10-11 травня 2018 року.

Збірник розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів і наукових установ, аспірантів, студентів, практичних працівників і широкий читацький загал.

### *Організаційний комітет*

<b>Куцик П. О.</b>	голова оргкомітету, професор, ректор Львівського торговельно-економічного університету
<b>Барна М. Ю.</b>	професор, перший проректор Львівського торговельно-економічного університету
<b>Семак Б. Б.</b>	професор, проректор з наукової роботи Львівського торговельно-економічного університету
<b>Герасименко Т. О.</b>	доцент, директор Інституту економіки та фінансів Львівського торговельно-економічного університету
<b>Полякова Ю. В.</b>	доцент, декан факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій Львівського торговельно-економічного університету
<b>Гаврилишин В. В.</b>	доцент, декан факультету товарознавства, управління та сфери обслуговування Львівського торговельно-економічного університету
<b>Котуха О. С.</b>	доцент, декан юридичного факультету Львівського торговельно-економічного університету
<b>Осінська О. Б.</b>	завідувач аспірантури, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Львівського торговельно-економічного університету
<b>Кузьма Х. В.</b>	провідний фахівець наукового відділу Львівського торговельно-економічного університету

Матеріали друкуються в авторському поданні. Організаційний комітет не несе відповідальності за достовірність інформації, поданої в рукописах.

**ISBN 978-617-602-218-3**

© Колектив авторів  
© Львівський торговельно-економічний університет

## ЗМІСТ

### ПЛЕНАРНІ ЗАСІДАННЯ

#### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 1 “СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ”

<i>Куцик П. О.</i> Проблеми, пріоритети та засоби інноваційного розвитку економіки та бізнесу в Україні.....	13
<i>Семак Б. Б.</i> Приватні грошові перекази з-за кордону – важливе джерело інвестицій в економіку України.....	16
<i>Яремко Л. А.</i> Проблеми транснаціоналізації економіки України.....	19
<i>Вірт М. Я.</i> Організаційно-економічний механізм управління ефективною діяльністю підприємств торгівлі.....	21
<i>Воронко Р. М.</i> Внутрішній контроль в системі управління стратегією розвитку організації.....	22

#### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 2 “РОЗВИТОК СФЕР ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ”

<i>Скрипко Т. О.</i> Розвиток внутрішнього бізнес-середовища під впливом адміністративних реформ.....	26
<i>Дайновський Ю. А., Вовчанська О. М.</i> Комунікації в екологічному маркетингу.....	28
<i>Мізюк Б. М., Тучковська І. І.</i> Особливості стратегічного розвитку туризму в Україні....	30
<i>Мельник І. М.</i> Інноваційний розвиток підприємств готельного господарства.....	34

#### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 3 “ТОВАРОЗНАВСТВО ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДОВОЛЬЧИХ І НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ”

<i>Ємченко І. В.</i> Реформи споживчої політики у світлі Стратегії сталого розвитку “Україна-2020”.....	38
<i>Ніколайчук Л. Г.</i> Інноваційні підходи використання конопляного волокна в Україні.....	40
<i>Василечко В. О.</i> Проблеми знешкодження твердих побутових відходів.....	42
<i>Бодак М. П., Гирка О. І., Гаверилишин В. В.</i> Сучасні проблеми формування споживчих властивостей та асортименту віскі.....	43

#### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 4 “УДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВИХ МЕХАНІЗМІВ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ”

<i>Вдовичин І. Я.</i> Політико-правові ідеї Юрія Липи і сучасність.....	46
---	----

<i>Дидик М. В.</i> Правова характеристика процедур публічних закупівель за Законом України “Про публічні закупівлі”.....	47
<i>Федик Є. І., Федик С. Є.</i> Договори, їх особливості та правове регулювання.....	52
<i>Гришчук Х. С.</i> Договори про нерозголошення комерційної таємниці NDA та Договори про неконкуренцію NCA – їх важливість для захисту бізнесу, суперечливість з Конституцією України, основні правові аспекти .....	54

## СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ

### СЕКЦІЯ 1 “ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО”

<i>Анопій В. В.</i> Широкомасштабна концентрація в торгівлі та її соціально-економічні наслідки.....	55
<i>Башиянин Г. І., Шевчик Б. М., Зав’ялова О. Р.</i> Інтегральна динамічна капіталізаційна ефективність економічних систем.....	56
<i>Міценко Н. Г., Гадада В. Г.</i> Логістичний менеджмент у функціонуванні інтегрованих систем.....	59
<i>Міщук І. П., Алмаші Ю. Ю., Дубина М. О.</i> Особливості та проблеми комерційного та логістичного забезпечення оптової торгівлі аграрною продукцією суб’єктами приватного підприємництва.....	62
<i>Міщук І. П., Жвірко О. Р., Квасниця В. С.</i> Особливості та проблеми організації оптових закупівель та реалізації окремих товарів у практиці суб’єктів торговельного підприємництва.....	65
<i>Міщук І. П., Іваніцький А. М., Лампіка М. П.</i> Сучасний тренд у розвитку оптової торгівлі.....	68
<i>Міщук І. П., Стаднік О. О., Токарчук А. В.</i> Сучасна практика організації торговельної діяльності роздрібних торговців і проблеми її регулювання.....	70
<i>Антонюк Я. М.</i> Проблеми державного регулювання розвитку ринків в Україні.....	72
<i>Антонюк Я. М., Ковальська І. В., Копин В. І.</i> Особливості формування та управління асортиментом товарів у магазинах фірмової торгівлі.....	73
<i>Ковтун О. І.</i> Актуальні інновації для фінансового сектору економіки України.....	75
<i>Заярна Н. М., Нечесанов М. Ю.</i> Формування інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності в цілях зміцнення економічної безпеки України .....	78
<i>Куцик В. І., Кліткова О. І.</i> Феномен ризику втрати репутації у діяльності бізнес-структур.....	80
<i>Лунак Р. Л.</i> Економічні інтереси як об’єкти державної політики зміцнення економічної безпеки суб’єктів реального сектору економіки в Україні.....	82
<i>Олексин І. І.</i> Концепція товарного балансу для роздрібних торговельних мереж.....	85
<i>Осіньська О. Б.</i> Внутрішня торгівля України: стан та проблеми розвитку.....	87
<i>Перельолкіна О. О.</i> Перспективність розміщення депозитів в національній валюті для домогосподарств України.....	89

<i>Перецьолкіна О. О., Башнянин Г. І., Зав'ялова О. Р.</i> Про ефективність капіталізації гіпокапіталізованих економічних систем.....	91
<i>Серета С. А.</i> Аналіз стану розвитку роздрібної торгівлі України.....	93
<i>Шалева О. І.</i> Теоретичні та практичні засади функціонування маркетплейсів у системі електронного бізнесу.....	96
<i>Шиндировський І. М., Лацев А. С.</i> Тенденції розвитку внутрішньої торгівлі України.....	98
<i>Шиндировський І. М., Сулятицька О. В.</i> Державне регулювання підприємництва та перспективи його вдосконалення.....	99
<i>Зав'ялова О. Р.</i> Використання пакету “Maple” при проведенні практичних занять з “Мікроекономіки”.....	100
<i>Герета О. В.</i> Загальна характеристика фінансово-економічного стану торговельних підприємств в Україні.....	101
<i>Васильків Ю. В., Різник Д. В.</i> Мотивація праці як елемент системи управління персоналом.....	103
<i>Качмар Н. М., Камарчук І. М.</i> Економічна необхідність росту продуктивності та забезпечення мотивації праці в торговельних підприємствах.....	106
<i>Клак О. Ю.</i> Актуальність розвитку інфраструктури оптового ринку в сучасних умовах.....	109
<i>Марій О. Т.</i> Логістичні інформаційні системи: стан та сучасні аспекти розвитку в умовах євроінтеграції.....	110
<i>Мельничук І. О.</i> Стратегія як інклюзивний інструмент організації довготривалого функціонування підприємства.....	112
<i>Міщук А. І.</i> Особливості впровадження інновацій в підприємствах торгівлі.....	114
<i>Процикевич А. І.</i> Передумови та тенденції розвитку ринку ІТ-послуг в Україні.....	116
<i>Олексин С. М.</i> Реінжиніринг бізнес-процесів оптового торговельного підприємства в розрізі етапів життєвого циклу.....	118
<i>Танцюра А. О., Демчишин Я. І.</i> Особливості формування потенціалу торговельних підприємств у ринкових умовах функціонування.....	120

## **СЕКЦІЯ 2 “БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АУДИТ, АНАЛІЗ ТА ОПОДАТКУВАННЯ”**

<i>Редченко К. І., Станкевич О. І.</i> Застосування професійного судження при плануванні аудиту.....	123
<i>Воронко Р. М., Воронко О. С.</i> Використання економетричного аналізу у процесі здійснення внутрішнього контролю на підприємстві.....	125
<i>Медвідь Л. Г., Левкович А. В.</i> Елементи підсистеми управління логістичними витратами виробничого підприємства у функціональній структурі АІС.....	127
<i>Головацька С. І.</i> Внутрішній контроль як методичний інструментарій контролінгу витрат підприємства.....	130
<i>Головацька С. І., Попович М. П.</i> Контроль та оцінювання діяльності центрів відповідальності.....	132
<i>Герасименко Т. О.</i> Організаційні аспекти стратегічного аналізу портфеля бізнесів.....	134

<i>Бойко Р. В.</i> Цифрова фінансова звітність у стандарті XBRL: впровадження в Україні.....	136
<i>Калайтан Т. В.</i> Оцінка ефективності центрів відповідальності в системі контролінгу локальних інновацій.....	137
<i>Кузьмінська К. І.</i> Попроцесне бюджетування як елемент управління витратами виробничого підприємства.....	139
<i>Марценюк Р. А.</i> Облікова політика підприємства: теоретико-практичний аспект.....	140
<i>Полянська О. А.</i> Сучасні управлінські інформаційні системи: стан та перспективи впровадження на вітчизняних підприємствах.....	141
<i>Попіміч Т. В.</i> Ліміт каси: нові правила розрахунку та встановлення.....	143
<i>Кузьма Х. В.</i> Основні передумови раціональної організації обліку комісійних операцій підприємства.....	145

### СЕКЦІЯ 3 “ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ”

<i>Черкасова С. В.</i> Тенденції розвитку небанківських кредитних інститутів в Україні.....	147
<i>Копилюк О. І., Музичка О. М.</i> Роль банків у формуванні системи фінансової безпеки регіонів України.....	149
<i>Васильців Т. Г., Гудзовата О. О.</i> Виклики та загрози розвитку грошово-кредитної сфери України.....	152
<i>Андрейків Т. Я., Чуй І. Р.</i> Роль кредитно-інвестиційної діяльності банків як джерела розвитку реальної економіки.....	155
<i>Бучко І. Є.</i> Система управління фінансово-економічною безпекою підприємства.....	156
<i>Власюк Н. І., Юсипович О. І.</i> Особливості організації управління фінансами у сфері малого бізнесу.....	158
<i>Костак З. Р.</i> Боргова безпека України.....	160
<i>Медиська Т. В.</i> Інституційні засади використання податкових інструментів розвитку інноваційних форм підприємницької діяльності в Україні.....	162
<i>Медиська Т. В., Малець А. Т.</i> Податкові надходження у формуванні місцевих бюджетів України в умовах децентралізації.....	166
<i>Мицак О. В.</i> Основні теоретико-методичні засади фінансового управління заборгованістю підприємств.....	169
<i>Руцишин Н. М.</i> Фінансові ресурси банків: їх значення та тенденції формування в сучасних умовах.....	171
<i>Гришук Д. В.</i> Інструменти впровадження процесно-орієнтованої системи управління на підприємствах роздрібної торгівлі.....	174
<i>Піх П. В.</i> Проблеми забезпечення та напрями підвищення безпеки банківських установ.....	176
<i>Попомаренко М. В.</i> Характерні особливості послуг страхових компаній.....	177
<i>Породко О. Ю.</i> Пріоритетні напрями державної політики розвитку малого підприємництва в Україні.....	178

<i>Раков В. В.</i> Теоретико-методологічні основи зміцнення безпеки банків України в умовах кризи.....	180
<i>Ткачук І.-М. О., Рудик С. А.</i> Проблеми та перспективні напрями розвитку внутрішнього ринку сільських територій України.....	181

#### СЕКЦІЯ 4 “МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА МАРКЕТИНГ”

<i>Басій Н. Ф.</i> Аналіз ринку маркетингових комунікацій.....	183
<i>Балук Н. Р., Дайновський Ю. А., Іванова Л. О.</i> Основні тенденції PR-технологій на ринку ресторанного господарства м. Львова.....	185
<i>Боднар І. Р.</i> Пріоритетні напрями інформаційної політики європейських країн.....	187
<i>Бойчук І. В.</i> Пріоритети розвитку маркетингу в інтернет-торгівлі.....	189
<i>Вовчанська О. М.</i> Основні форми та тенденції розвитку ко-маркетингу.....	191
<i>Макогін З. Я., Андрусейко Р. Я.</i> Туризм як прибуткова галузь економіки Німеччини: приклади для України.....	194
<i>Семів Г. О., Семів С. Р.</i> Напрями стимулювання розвитку вітчизняного ринку альтернативних видів автомобільного пального.....	196
<i>Полякова Ю. В.</i> Концептуальні положення програмування секторально-просторової спеціалізації регіонів.....	198
<i>Чех М. М., Мельник Я. П.</i> Актуальні аспекти вітчизняного імпортозаміщення.....	200
<i>Шайда О. Є.</i> Напрями підвищення експортного потенціалу України.....	202
<i>Ясно Т. П.</i> Роль економічної безпеки у формуванні споживчого ринку України.....	203
<i>Шевчук С. В.</i> Волатильність обмінного курсу гривні та інфляція в Україні.....	205
<i>Lucie Kopecká</i> Estimation of probability of incidences and mortalities of the most serious oncological diseases.....	208

#### СЕКЦІЯ 5 “МЕНЕДЖМЕНТ, ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА”

<i>Мізюк Б. М.</i> Інтерактивні технології підготовки фахівців у сфері туризму.....	210
<i>Трут О. О.</i> Ключові фактори результативності організацій в інформаційну епоху.....	212
<i>Гіриняк Л. І.</i> Тенденції розвитку барної індустрії в Україні.....	214
<i>Колянко О. В.</i> Використання інструментів менеджменту у музейній сфері.....	216
<i>Коцупей В. М.</i> Соціально-економічне значення розвитку сільського туризму в сучасних умовах.....	218
<i>Миронов Ю. Б., Омелянчук К. В.</i> Особливості рекламної діяльності туристичних агентств у мережі Інтернет.....	220
<i>Свидрук І. І.</i> Роль креативності в економіці знань.....	222
<i>Тучковська І. І.</i> Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні.....	224
<i>Наявко І. І.</i> Динаміка розвитку підприємств туризму.....	226

<i>Наявко І. І., Куласв В. І., Холявко Ю. С.</i> Вплив зовнішніх чинників на розвиток спортивного туризму в Україні.....	227
<i>Полотай Б. Я.</i> Креативність ресторанного бізнесу у м. Львові.....	229
<i>Анісімов В. А.</i> Бюджетна політика в умовах децентралізації бюджетних відносин.....	230
<i>Кудла І. Я.</i> Інституційний механізм розвитку альтернативної енергетики в Україні.....	232
<i>Савченко Т. В.</i> Продукт і послуга в туризмі: сутність та характерні особливості.....	234
<i>Шмідт Р. В.</i> Деякі особливості механізму управління діяльності підприємств у сфері туризму.....	236

## **СЕКЦІЯ 6 “ТОВАРОЗНАВСТВО, УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ”**

<i>Сирохман І. В.</i> Сучасні напрями розвитку харчової науки.....	238
<i>Лозова Т. М.</i> Оптимізація споживних властивостей інноваційних продуктів.....	240
<i>Ощипок І. М.</i> Інноваційні підходи до оцінки якості послуг у сфері ресторанного бізнесу.....	242
<i>Бліщ Р. О.</i> Використання нових сорбційних матеріалів у виробництві горілок.....	244
<i>Давидович О. Я., Палько Н. С., Турчиняк М. К.</i> Аналіз продовольчої безпеки в Україні.....	245
<i>Донцова І. В.</i> Стан та перспективи розвитку квітникарства в Україні.....	247
<i>Лебединець В. Т., Ярошик У. І.</i> Рослинна сировина – перспективне джерело біоантиоксидантів.....	249
<i>Петришин Н. З.</i> Крем-суфле функціонального призначення.....	251
<i>Петришин Н. З.</i> Використання полікомпонентних сумішей у приготуванні киселів, мусів функціонального призначення.....	253
<i>Решетило Л. І., Лега В. В.</i> Сучасні напрями поліпшення асортименту та якості продуктів переробки грибів.....	254
<i>Решетило Л. І., Ковчі А. Л.</i> Харчова цінність та можливість поліпшення зберігання перепелиних яєць.....	256
<i>Багрий Л. М., Лебединець В. Т.</i> Збагачення бісквітних напівфабрикатів мікронутрієнтами.....	258
<i>Ланиця І. Ф.</i> Дослідження обізнаності споживачів з нетрадиційною сировиною у рецептурі м'ясних виробів.....	260

## **СЕКЦІЯ 7 “ТОВАРОЗНАВСТВО, ЕКСПЕРТИЗА ТА ТЕХНОЛОГІЇ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ”**

<i>Сибірна Р. І., Хомів О. В., Сибірний А. В.</i> Проблемні питання судових товарознавчих експертиз.....	262
<i>Доманицевич Н. І., Кріль М. М.</i> Використання відходів полімерних матеріалів.....	263

<i>Пелик Л. В., Пелех Ю. А.</i> Інноваційні методи проектування сучасного жіночого легкого одягу.....	264
<i>Галик І. С., Семак Б. Д.</i> Проблеми формування та оцінювання світлостійкості текстилю.....	266
<i>Галик І. С., Семак Б. Д.</i> Формування та оцінювання біостійкості текстилю: товарознавчі аспекти.....	269
<i>Галик І. С., Ніколайчук Л. Г., Семак Б. Д.</i> Діагностика ключових компетентностей товарознавців сфери виробництва і торгівлі нанотекстилю.....	271
<i>Демидчук Л. Б.</i> Сучасні підходи до питання класифікації та групування друкарського паперу.....	273
<i>Коваль М. Н.</i> Роль товарознавства у судово-товарознавчій експертизі.....	275
<i>Коваль М. Н., Сапоженник Д. І.</i> Способи фальсифікації текстильної продукції під час її митного оформлення.....	277
<i>Сапоженник Д. І.</i> Сучасні підходи до формування асортименту вогнестійких текстильних матеріалів спеціального призначення.....	279
<i>Терешкевич Н. А.</i> Сучасні мембранні тканини в одягових виробках для активного відпочинку.....	281
<i>Grzesiak E., Wozniak B., Popowycz N.</i> The actual aspects of the shoes market.....	282
<i>Михайлова Г. М., Осівська В. В., Галько С. В.</i> Фактори формування якості наматрачників.....	284
<i>Пушкар Г. О., Семак Б. Д.</i> Формування ключових професійних компетентностей товарознавців інтер'єрного текстилю.....	287
<i>Сумська О. П., Фіранська М. А.</i> Процесний підхід до системи управління якістю в умовах ТОВ “Скловолокно”, Мерефа, Україна.....	289
<i>Шумський О. В., Беднарчук М. С.</i> “Інформатизація” як змістовий напрям “модернізації” сучасної товарознавчої науки.....	290
<i>Гуцак О. М., Галик І. С., Семак Б. Д.</i> Використання зарубіжного досвіду впровадження компетентнісного підходу в навчальний процес вузів України.....	291
<i>Шестопал Г. С.</i> Підходи до захисту прав споживачів в системі технічного регулювання Європейського Союзу.....	294
<i>Карпюк О. М., Сапоженник Д. І.</i> Сучасні підходи до формування асортименту одягу спеціального призначення з камуфляжним забарвленням.....	296

## СЕКЦІЯ 8 “КРИМІНАЛЬНЕ ТА ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО”

<i>Котуха О. С., Панько М. Є.</i> Кооперація: погляд у минуле.....	298
<i>Олашин М. М.</i> Угода у кримінальному провадженні: особливості застосування.....	300
<i>Ратушина Б. П.</i> Спрощене позовне провадження як новела цивільного процесуального законодавства України.....	301
<i>Сосніна О. В.</i> До питання розвитку законодавства про доведення до самогубства.....	303
<i>Стецик Б. В.</i> Сучасний стан та проблеми організації розшуку осіб, які переходять від органів досудового розслідування та суду.....	305

<i>Федоров М. П.</i> Особливості протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом в Україні.....	307
<i>Чабан О. М.</i> Поняття та особливості договору управління майном.....	309
<i>Фіцук С. О.</i> Медіація, як один із засобів вирішення спорів при консультуванні у юридичних клініках.....	310

## СЕКЦІЯ 9 “ТЕОРІЯ ДЕРЖАВИ ТА ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО”

<i>Волинець Т. В., Слиган Я. В.</i> Порівняльна характеристика податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки з країнами Європейського Союзу.....	312
<i>Малік Ю. О.</i> Види обмежень прав людини.....	314
<i>Санагурська Г. М., Тишков Д. Д.</i> Дотримання прав біженців і переселенців в Україні та ЄС.....	315
<i>Скрекля Л. І.</i> До питання про поняття недобросовісної конкуренції.....	317
<i>Голінська М. І.</i> Формування ідей про права людини.....	319

## СЕКЦІЯ 10 “ІСТОРІЯ, ПОЛІТОЛОГІЯ, ФІЛОСОФІЯ ТА КУЛЬТУРА”

<i>Гелей С. Д.</i> Учасник національної революції Віктор Вакуловський – активний діяч кооперативного руху на Рогатинщині.....	321
<i>Тімченко О. П.</i> Етичні аспекти професії юриста.....	324
<i>Кендус О. З.</i> Сенс буття та щастя у світоглядній доктрині Івана Огієнка.....	326
<i>Клок В. І.</i> Трансформація поглядів більшовиків на ідеї кооперації.....	328
<i>Козій І. В.</i> Дмитро Чижевський як представник класичної (академічної) парадигми в українській діаспорній філософії.....	330
<i>Лисак В. М.</i> Дослідження феномену галицької родини в історико-педагогічному аспекті.....	332
<i>Михальський Ю. В.</i> “Володар” Нікколо Макіавеллі: сучасний погляд на вчення середньовічного політолога.....	334
<i>Сислюк Я. Г., Дубик В. Я., Сислюк І. П.</i> Сцієнтична зорієнтованість логіки у Львівсько-Варшавській філософській школі.....	335
<i>Голдак-Горбачевська Т. В.</i> Впливи театральньо-музичних процесів Перемишля другої половини ХІХ – початку ХХ століття на формування сучасних українсько-польських зв’язків.....	337
<i>Пігош М. А.</i> Теоретичне та практичне значення логіки.....	339

## СЕКЦІЯ 11 “ІНОЗЕМНІ МОВИ”

<i>Ковалик Н. В.</i> Когнітивний аналіз водогосподарського метадискурсу.....	341
<i>Демчук Н. М.</i> Семантична транспозиція усталених словосполучень у французьких термінах маркетингу.....	342

<i>Дубравська Д. М.</i> Сучасна корпусна лінгвістика та її внесок у комп'ютерну лексикографію.....	344
<i>Барнич І. І.</i> Термін і мова професійної комунікації – основні об'єкти когнітивного термінознавства.....	346
<i>Степанов А. В.</i> Морфологічні та семантичні особливості демінутивних суфіксів в англійській мові.....	348
<i>Тимочко Л. М.</i> Євроінтеграційний дискурс як різновид англомовного дипломатичного дискурсу.....	351
<i>Кость С. С.</i> Стильові особливості творчості Карела Запа в контексті національного дискурсу.....	352

## СЕКЦІЯ 12 “ВИЩА МАТЕМАТИКА, КІЛЬКІСНІ МЕТОДИ ТА КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ”

<i>Pilyavskyy A. I., Aaronson W. E.</i> Measuring performance in Ukrainian healthcare facilities.....	354
<i>Артеменко В. Б.</i> Веб-інструменти співпраці учасників дистанційних курсів.....	354
<i>Артищук І. В.</i> Сучасні підходи до автоматизації діяльності підприємств туристичної та готельно-ресторанної сфери.....	356
<i>Демчишин М. Я., Турченок О. В.</i> Моделювання динаміки банківського кредитування в Україні: регіональні особливості.....	358
<i>Рехлецький Є. А.</i> Використання пакету Google Classroom для навчального процесу.....	359
<i>Боднар Р. Д.</i> Управління зовнішньою торгівлею товарами регіонів України математико-статистичними методами.....	361
<i>Костенко А. В., Недобосв М. М.</i> Реалізація інформаційної системи “Розклад занять” засобами веб-технологій.....	362
<i>Кісілевич О. В., Новосад З. Г.</i> Оцінка ризиків інноваційних проєктів та шляхи їх мінімізації.....	363
<i>Бабич В. І.</i> Особливості інформаційного забезпечення ріелторської діяльності та шляхи його покращення.....	365
<i>Хмілярчук Л. І.</i> Використання макросів у MS Excel для контролю успішності студентів.....	366
<i>Крутяк М. Б.</i> Використання пакету Maple для розв'язування задач з дискретної математики.....	368

## СЕКЦІЯ 13 “ПРИРОДНИЧІ НАУКИ ТА ЗАХИСТ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА”

<i>Коструба А. М., Скоробогатий Я. П.</i> Оптимізація умов еліпсометричного експерименту щодо визначення параметрів ультратонких плівкових структур вісмут оксигалогенідів для фотокаталітичного розщеплення води. Перспективи застосування у відновлюваній енергетиці.....	370
---	-----

<i>Заверуха О. М., Скоробогатий Я. П.</i> Екологічні проблеми наявності токсичних речовин в харчових продуктах і деякі шляхи їх усунення.....	371
<i>Скоробогатий Я. П., Бужанська М. В.</i> Виробничий травматизм – важлива соціально-економічна проблема сьогодення.....	373
<i>Скоробогатий Я. П., Хінальська Т. Р.</i> Актуальні проблеми екологічної безпеки Львівщини.....	375
<i>Породко І. Г., Скоробогатий Я. П.</i> Перспективи розвитку альтернативних джерел енергії в Україні.....	376

#### СЕКЦІЯ 14 “ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ”

<i>Блацак І. М.</i> Здоровий спосіб життя як феномен існування людини.....	379
<i>Завійська В. М., Блацак І. М.</i> Засоби покращення працездатності студентів у навчальному процесі в практиці фізичного виховання.....	380
<i>Баховський І. І., Холяк Ю. С.</i> Фізична культура як складова спортивного життя студентської молоді.....	383
<i>Лукашевич Л. В.</i> Шляхи формування потреби у фізичному самовдосконаленні студентів ВНЗ.....	384

## ПЛЕНАРНІ ЗАСІДАННЯ

### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 1 “СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ”

**Куцик П. О.**

к.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

#### ПРОБЛЕМИ, ПРІОРИТЕТИ ТА ЗАСОБИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Головним завданням у контексті становлення та розвитку економіки інноваційного типу в Україні є забезпечення збалансованої взаємодії наукового, технічного і виробничого потенціалів, розробка та впровадження механізму активізації інноваційної діяльності суб'єктів підприємства, поширення інновацій за усіма сферами національної економіки, що у підсумку має забезпечити підвищення ефективності у всіх галузях. Наразі ж в економіці України як загалом, так і в більшості її галузей, економічних районів (регіонів) і господарюючих суб'єктів спостерігається критична неефективність, про що свідчать показники матеріало- і енергомісткості вітчизняної продукції у порівнянні із розвинутими країнами світу [1]. Відтак, за рівнем технологічності вітчизняна промисловість відстає на третину від середніх показників ЄС. Частка високотехнологічного експорту в загальному експорті продуктів переробної промисловості в Україні становить лише 6 %, в той час, як у провідних країнах цей показник складає 20-49 % (Велика Британія – 22 %, Швейцарія – 26 %, Франція – 25 %, Південна Корея – 26 %, Малайзія – 44 %, Сінгапур – 45 %, Філіппіни – 49 %). Енергоефективність національної економіки в десять разів нижча, ніж у розвинених країнах [2]. Навіть у сільському господарстві – галузі спеціалізації вітчизняної економіки в системі глобальної економіки та міжнародного територіального поділу праці Україна в декілька разів менш ефективна за інші країни-конкуренти. Найбільш неефективно використовують людський час і знання: близько 40 % зайнятих у промисловості працюють на виробництві низького технологічного рівня.

За рівнем інноваційності Україна займає 81-е місце в світі згідно зі звітом Всесвітнього економічного форуму[3]. За основними показниками технологічної готовності український бізнес значно відстає від розвинених країн світу. Українські підприємці не запроваджують АСУ (ERP, CRM), не застосовують міжнародних стандартів управління якістю (ISO 9000), не інвестують у наукові розробки і дуже слабо запроваджують інновації.

Звідси маємо й неефективність, і низький рівень створення доданої вартості. Але ні освіта, ані збільшення робочого часу не допоможуть сьогодні виробляти більше – тому, що більшість підприємств країни є низькотехнологічними підприємствами 3-го та 4-го технологічних укладів (ТУ), орієнтованими на випуск сировинної продукції. При цьому вітчизняний бізнес пристосувався і звик до такого стану справ: він отримує свої прибутки на сировинній продукції і не має стимулів до підвищення технологічності підприємств, їх переорієнтації на випуск товарів і послуг з високою доданою вартістю. На 3 і 4 ТУ припадає близько 58 % і 38 % продукції відповідно, на 5 ТУ припадає лише 4 % продукції, виробництво товарів 6 ТУ практично відсутнє (0,1 %) [4, с. 359-361]. І, до речі, інвестуються в Україні саме галузі 3-го ТУ, а не 4-го, не кажучи вже про 5-го та 6-го ТУ на основі імпортованих (у формі прямих іноземних інвестицій), високопродуктивних інноваційних технологій, які вже сьогодні повинні закладати майбутню раціональну структуру національної економіки, яка забезпечить зростання продуктивності праці, збільшення приросту доданої вартості при зниженні матеріало- та енергомісткості продукції і підвищення на цій основі рівня та якості життя населення.

Отже вирішення проблеми неефективності вітчизняної економіки лежить в площині запровадження інновацій на всіх рівнях організації національної економіки та залежить насамперед від інвестування бізнесу в інновації різного типу: нові технології виробництва, нові технології доступу до ринків, новий персонал, нові методи управління, нові управлінські рішення і, особливо, в інформаційні технології (ІТ), – які здатні в разі забезпечити підвищення продуктивності праці та перейти до виробництв 5-го і 6-го ТУ. Серед яких для України привабливими та доцільними для розвитку, з точки зору об'єктивного територіального поділу праці та принципів і факторів раціональної спеціалізації, є: виробництво синтетичних матеріалів, органічна хімія, кольорова металургія, автомобілебудування, атомна енергетика (як галузі 4-го ТУ); фармацевтична, автомобільна, хімічна, інструментальна промисловість (як галузі 5 ТУ); біотехнології, зокрема: клітинна біологія, аерокосмічна промисловість, нанотехнології, оптоелектроніка, системи штучного інтелекту, мікроелектроніка, фотоніка, мікросистемна механіка, інформаційні супермагістралі, програмне забезпечення і засоби імітації, молекулярна електроніка, системи управління персоналом (як галузі 6 ТУ). Нажаль, якщо проаналізувати вітчизняну статистику в питанні інвестицій в розрізі галузей економіки [5], то поки що в Україні продовжується інвестування переважно в галузі 3-го ТУ (електротехнічне і важке машинобудування, виробництво сталі, неорганічна хімія, важке озброєння, кораблебудування, лінії електропередач, стандартизація). Це говорить про те, що в Україні сьогодні закладаються пріоритети на подальший розвиток у переважній більшості ресурсоемних і енергозатратних галузей промисловості, а в умовах дефіциту паливного балансу і відсталих технологій виробництва кінцевого продукту з низьким рівнем доданої вартості є абсурдним (тупикивим, безперспективним) вектором розвитку економіки.

З поміж інновацій із сфери ІТ, які мають впроваджуватися на всьому ланцюжку виробництва і поставок продукції та стати ключовими елементами усіх без винятку виробничих, логістичних, транзакційних, облікових і інших технологій в епоху постіндустріальної інноваційно-інноваційної економіки, що сприятимуть створенню та веденню успішного бізнесу у різних секторах економіки, стратегічний пріоритет, як на нашу думку, збережеться **за таким технологіями**, як:

1. машинне навчання і штучний інтелект – забезпечить роботизацію та автоматизацію усіх виробничих процесів;

2. “розумні” додатки – мобільні додатки з управління господарством. Наприклад, для контролю за фермами і комунікаціями в агропромисловому комплексі розроблена та застосовується “система Soft.Farm Eye” – мобільний додаток, який дозволяє стежити за станом посівів: робити фотографії рослин зі смартфона і присвоювати їм GPS-координати. Завдяки цій системі з часом підприємець матиме наочну фотобазу стану посівів і їх змін. Компанія eFarmer пропонує використовувати хмарний додаток “Польовий журнал”, в базовій версії якого містяться такі функції, як GPS-визначення меж полів і відстеження стану оброблених площ. Це рішення являє собою спеціалізований органайзер. Ще як приклад застосування “розумних додатків” – мобільний додаток “K-Farmers”, яке випустило об'єднання фермерів Південної Кореї, який надає покупцям всю інформацію про походження продуктів, стадії та технології виробництва. Ця платформа дозволяє фермерам продавати свою продукцію самостійно, без посередників і збільшувати ринок збуту готової продукції, що особливо важливо у період урожаю [6];

3. “інтернет-речі” – концепція комунікації об'єктів (“речей”), які використовують технології для взаємодії між собою та з навколишнім середовищем. Ця концепція передбачає виконання пристроями певних дій без втручання людини. Таким чином, всі пристрої в будинках, автомобілях, на користувачеві виконують обробку інформації, її аналіз і обмін між собою та, залежно від результатів, приймають рішення і виконують певні дії;

4. “блокчейн” – це ключова ІТ сучасності, особливо в сфері ведення обліку, аудиту, реєстрів транзакцій та угод, майнових прав, кадастрів, моніторингу і фіксації фактів сплати податків, отримання доходів і здійснення платежів, виконання транзакцій за угодами, виконання ланцюжка поставок у сфері логістики, реєстрація активів тощо. При цьому

технологія “блокчейн” виконує функції: а) *доказу в послугі* (реєстрації шлюбів, земельному кадастрі, ланцюжка поставок, реєстрації активів, транзакцій з контрагентами; аудиту, голосуванні, передачі документів) та б) *доказу як послуги* (доказ активу, доказ ідентичності, підтвердження справжності, доказ індивідуальності, підтвердження права власності, підтвердження фізичної адреси, підтвердження походження, підтвердження отримання тощо) [7]. За своєю суттю “блокчейн” – це цифрова платформа, яка зберігає інформацію про транзакції між користувачами і перевіряє їх достовірність. Транзакції, як блоки, записуються у розподіленій базі даних. Окремі суб’єкти, наприклад, в агробізнесі, виробники чи переробники сільгосппродукції, маючи кожен свою копію цієї бази даних, з’єднану з тисячами інших носіїв у мережі. Коли проводиться чергова транзакція, мережею створюється і верифікується новий запис (або блок), що додається до блокчейну. Це гарантує безпечні і майже миттєві транзакції між юрособами. Ключовим для блокчейну є те, що кожен блок – це зашифрований і неповторний цифровий запис, який не може бути стертий, скасований або відредагований: тільки новий запис, підтверджений учасниками ланцюжка, може внести зміни до блокчейна. Головною особливістю технології “блокчейн” є прослідковуваність інформації вздовж усього ланцюжка, суттєво спрощуючи процес верифікації походження продукту, показники якості і використовуваних технологій тощо. Цей цифровий спосіб до управління ланцюжками виробництва і постачань товарів, коштів чи інформації гарантує прослідковуваність і прозорість, забезпечує ефективність, водночас знижуючи ризик учасників. За своєю природою блокчейн не сфокусований на якомусь одному сегменті ланцюжка виробництва та постачання, а посилює участь і розширює можливості всіх його учасників. Окрім цього, завдяки цій технології зникає ризик неоплати, оскільки під час транзакції, здійсненої в “блокчейн”, наявність коштів перевіряється заздалегідь, що знімає ризик контрагента. Передача продукту відтак відбувається одночасно з оплатою. Як для внутрішніх, так і для міжнародних операцій виникає безліч нових можливостей працювати з ринками, де немає або бракує попередньої довіри або де надання гарантій і перевірка платоспроможності дуже дорогі. Це може відкрити можливості на ринках, де ризик контрагента був перешкодою для роботи. А оскільки “потоки” фінансової інформації сьогодні майже всі переведені в цифрову форму, впровадження технології “блокчейн”, насамперед, отримає розвиток на фінансових ринках. На ринку фінансових послуг блокчейн-технології можна застосовувати для поліпшення грошових переказів, надання платіжних, кредитних, інвестиційних і страхових послуг. При цьому блокчейн-технології сприяють підвищенню прозорості транзакцій, фінансовій інклюзивності, зменшенню витрат учасників транзакцій.

У сфері державних фінансів на основі блокчейн-технологій можна забезпечити функціонування електронної системи “Прозорий бюджет”, системи державних закупівель, надання соціальної допомоги населенню, реалізацію державної політики у сфері соціального страхування, системи охорони здоров’я, сфери контролю за платниками податків [8]. Важливим є і той факт, що блокчейн технологія дозволяє вирішити проблему корупції та непрозорості в питаннях взаємозаліків між фінансовими організаціями, в держрестрах, публічних торгах, при держзакупівлях, при голосуванні тощо, які на даний час у нас вирішуються системами, що діють повністю централізовано і не прозоро, що й провокує різноманітні корупційні схеми.

Окрім розглянутих інновацій великий потенціал для підвищення ефективності бізнесу закладений і в таких ІТ як: доповнена і віртуальна реальність; цифрові двійники об’єктів; месенджери (системи чат-спілкування); адаптивні системи безпеки; додатки і мережева сервісна архітектура; платформи цифрових технологій.

#### **Список використаних джерел**

1. *Key world energy statistics – 2017.* – Р. 68-69 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.iea.org/publications/freepublications/publication/KeyWorld2017.pdf>.
2. *Електронний ресурс.* – Режим доступу : <http://uis.unesco.org/apps/visualisations/research-and-development-spending/>.

3. *Global Innovation Index 2017* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report>.

4. *Національна економіка: засади становлення, функціонування, регулювання та розвитку* : монографія. / П. О. Кудчик, О. І. Ковтуш, Г. І. Башиянин. – Львів : Растр-7, 2017. – Ч. 2 – 400 с.

5. Офіційний портал державної служби статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

6. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/iot/it/stati/3467664-umna-ya-ferma-kak-ukraine-nakormit-planetu-budushchego.htm>.

7. *Мозгайар У. Блокчейн для бизнеса* / У. Мозгайар. – Издательство : Эксмо, 2018. – 224 с.

8. Волоsovич С. В. Домінанти технологічних інновацій у фінансовій сфері / С. В. Волоsovич // *Економічний вісник університету*. – 2017. – Вип. 33(1). – С. 15-22.

**Семак Б. Б.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### ПРИВАТНІ ГРОШОВІ ПЕРЕКАЗИ З-ЗА КОРДОНУ – ВАЖЛИВЕ ДЖЕРЕЛО ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

На початку 2018 року Міжнародний республіканський інститут (IRI), очолюваний американським сенатором Джоном Маккейном, профінансував та провів всеукраїнське опитування, яке охопило всі обласні центри України, окрім Сімферополя, Донецька і Луганська. Замість цих міст опитування провели у Маріуполі і Северодонецьку. Завдяки щедру фінансуванню американців опитування пройшло з неабияким розмахом. У ньому взяли участь 19 тисяч респондентів. Американські експерти з'ясували багато питань, серед яких те, як українці ставляться до ЄС і НАТО, чи зросла в країні корупція і чи потрібна Україні демократія.

Одне з перших питань опитування було сформульовано так: “Куди, на вашу думку, рухається ситуація в Україні – в правильному чи неправильному напрямі?”. Аналіз відповідей показав, що кожен обласний центр дав більше половини негативно налаштованих респондентів. Кількість опитаних, які відповіли “в неправильному”, коливається від 57 до 80 %, зокрема у Києві число оптимістів склало 18 %, а песимістів – 67 % (рис. 1).

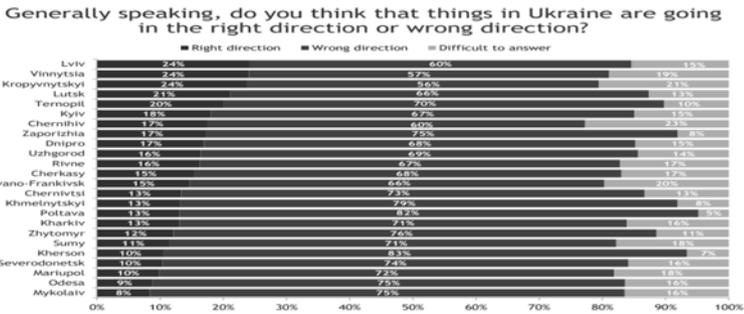


Рис. 1. Результати аналізу відповідей на питання “Куди, на вашу думку, рухається ситуація в Україні – в правильному чи неправильному напрямі?” (опитування *International Republican Institute* (2018 p.))

На питання, як змінилася економічна ситуація в Україні за останні 12 місяців, більшість опитаних заявили про її погіршення (від 50 до 80 %). Друге місце зайняла точка

зору, що все залишилося без змін (від 30 до 60 %). Версію про те, що в Україні настало “покрашення”, підтримало лише 1-14 % респондентів у залежності від міста (рис. 2).

Аналізуючи результати відповідей лише на ці два запитання, неважко знайти відповідь і на третє запитання, – чому з кожним днем все більша кількість працездатних громадян України їде за кордон у пошуках вищих зарплат, кращих умов праці та життя.

Незважаючи на заяви представників влади різного рівня про покращення бізнес-клімату, обсяги прямих іноземних інвестицій в Україну перебувають на низькому рівні. Структура вітчизняної економіки і надалі залишається сировинною, а розрив в економічному розвитку з найближчими сусідами (Польщею, Словаччиною, Чехією, Угорщиною та Румунією) тільки поглиблюється. В таких умовах фінансова стабільність у нашій країні дедалі більше залежить від переказів заробітчан, що працюють за кордоном.

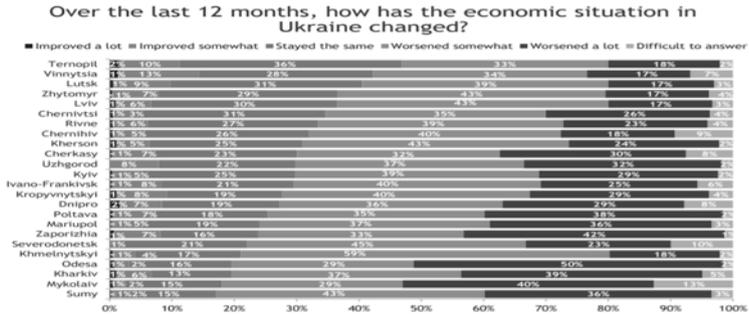


Рис. 2. Результати аналізу відповідей на питання “Чи змінилась економічна ситуація в Україні впродовж останніх 12 місяців?” (опитування International Republican Institute (2018 p.))

У березні 2018 року Нацбанк України оприлюднив дані щодо приватних грошових переказів, які здійснюються переважно нашими громадянами з-за кордону. В результаті аналізу цих даних стало зрозуміло, що внесок заробітчан в економіку країни раніше суттєво недооцінювали. Так, у 2015-2017 роках заробітчани переказали в Україну близько 25 млрд. дол. Для порівняння: прями іноземні інвестиції в Україну становили у 2012 році 7,2 млрд. дол. (рис. 3), а у 2008 році – трохи більше 10 млрд. дол. Таким чином приватні грошові перекази заробітчан стали важливою складовою стабільності національної валюти протягом останніх років. Їх частка до ВВП після перерахунку НБУ стала дорівнювати 8-9 %.

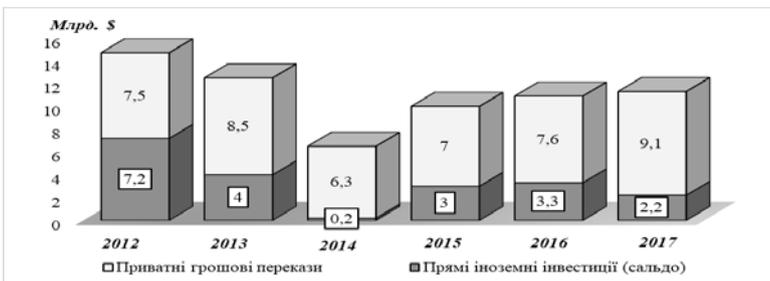


Рис. 3. Порівняння показників прямих іноземних інвестицій та приватних грошових переказів в Україну у період з 2012 по 2017 рік (Національний банк України)

Парадоксально, але одним із найбільших інвесторів протягом 2015-2017 років в Україну була Росія. Російські інвестиції надходили в Україну не через велике бажання росіян підтримати нашу економіку, а через необхідність врятувати від банкрутства власні банки. Частка приватних грошових переказів з Росії до України скорочується, що можна побачити на прикладі даних табл. 1.

Таблиця 1

**Зміни у структурі обсягів приватних грошових переказів в Україну у 2017 році порівняно з 2016 роком**

№ з/п	Країна/група країн	Частка у 2017 у % до загального обсягу	Зміна у % до 2016 року
1	Польща	33,6	+57
2	Інші країни ЄС	27,8	+14
3	Росія	14,1	- 6
4	США та Канада	8,1	+17
5	Інші країни	16,3	+23

Джерело: Національний банк України

Якщо проаналізувати програму EFF України і МВФ, то наша країна повинна закінчити 2018 рік із золотовалютними резервами на рівні 38 млрд. дол. і за чотири роки в обмін на реформи мала б отримати 25 млрд. дол. дешевих міжнародних кредитів. Однак на даний час Україна не отримала навіть половину цієї суми, позаяк експерти МВФ доволі стримано оцінюють ефективність вітчизняних реформ. З іншого боку, сума очікуваних кредитів від МВФ фактично еквівалентна сумарному обсягу грошових переказів наших заробітчан за останні три роки. Фактичний обсяг золотовалютних резервів України зараз становить 18 млрд. дол. і можна припустити, що у значній мірі цього рівня досягнуто завдяки заробітчанам, а не ефективним реформам, залученим інвестиціям чи вдалому виконанню програми МВФ.

Чинники, пов'язані зі скороченням прямих іноземних інвестицій, та зростаючий відтік працездатного населення за кордон становлять справжню загрозу для національної безпеки України. У таких умовах грошові перекази заробітчан перетворюються у справжнє "рятівне коло" для стабілізації не тільки фінансової системи, але й економіки України загалом. Однак ціна такого "спасіння" економіки може виявитися занадто високою – демографічна криза, дефіцит висококласних спеціалістів, згорання ринку праці, соціальні проблеми тощо. Для виходу з цього скрутного становища держава повинна терміново провести заплановані реформи та забезпечити необхідні умови і гарантії притоку в країну достатніх обсягів прямих іноземних інвестицій. Також необхідно забезпечити повернення на Батьківщину значної частини працездатного населення на основі відродження економіки та створення нових робочих місць з конкурентними умовами оплати праці.

**Список використаних джерел**

1. Електронний ресурс. – Режим доступу : <https://strana.ua/news/131836-cho-ukrainsy-rasskazali-ssha-o-korrupsii-nato-i-svoej-bednosti.html>.
2. Мойсєєнко О. Хайнерлуп "Київ-Варшава": чому пора створювати міністерство еміграції. Хто ж насправді інвестує в економіку України? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/columns/2018/03/22/635226/>.

## ПРОБЛЕМИ ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Україна активно інтегрується до світових економічних процесів. Це відбувається в умовах, коли вітчизняна економіка зазнає впливів з боку зовнішнього середовища і транснаціональних корпорацій, зокрема. Сприятливим фактором входження ТНК в економічне поле України був низький рівень конкурентоспроможності національних підприємств в перехідний період. На сьогодні в Україні діє більше 7 тис. філій потужних транснаціональних корпорацій, а їх діяльність значним чином впливає на економіку країни [2].

Однією з умов діяльності ТНК є наявність в Україні різноманітних факторів зростання виробництва. Серед них: запаси сировинних ресурсів (вугілля, залізна та марганцева руди, сірка, ртуть, титан, уран, граніт, мінеральні солі тощо) та розвиток видобувної галузі та розвинутої транспортної інфраструктури. Відносно дешева робоча сила також визначає переваги діяльності ТНК.

На жаль іноземні ТНК не прагнуть вкладати кошти у високо-технологічні галузі, а більшість інвестицій спрямовують у сферу торгівлі, яка дає змогу швидко отримувати високі прибутки за досить короткий термін. Серед найбільш привабливих напрямків української економіки для ТНК також є харчова промисловість, галузі машинобудування і металообробки, фінансова, страхова та торговельна сфери та незначною мірою переробна промисловість.

Станом на початок 2017 р. в Україні діяли понад 30 світових транснаціональних корпорацій, найбільшими з яких є: Coca Cola, Carlsberg, Danone, McDonalds Corporation, Metro Casg&Carry, Nestlé, Nokia, PepsiCo, Procter&Gamble, Raiffeisen Bank, Samsung, Toyota, Unilever, Volkswagen тощо [1].

Україна виступає як країна, що приймає транснаціональні корпорації і певною мірою випробовує на собі переваги і недоліки їх діяльності. До позитивних чинників можна віднести:

1) Покращення виробничої бази країни. Виробництво на території країни товарів та по слуг призводить до появи нових підприємств, модернізації або розширення існуючих.

2) Впровадження досягнень науково-технічного прогресу в країні. Імпорт технологій в країну дозволяє покращити якість продукції, підвищити її рівень конкурентоздатності на світових ринках і сприяє зростанню експорту, що, в свою чергу, спонукає вітчизняних товаровиробників підлаштовуватись під кон'юнктуру ринку.

3) Сприяння реструктуризації економіки. Функціонування міжнародних компаній на території України призвело до зміни у структурі видів економічної діяльності, зокрема, значного розвитку набули сектори економіки, які пов'язані з харчовою та тютюновою промисловістю, торгівлею, фінансами, енергетикою та телекомунікаціями, тобто з галузями зі швидким оборотом капіталу й забезпеченими ринками збуту.

4) Функціонування транснаціональних корпорацій в Україні призводить до активізації залучення вітчизняної економіки у світові процеси та вихід на нові ринки товарів та послуг.

Недоліки діяльності транснаціональних корпорацій в Україні тісно пов'язані з наявними перевагами для країни. До основних недоліків можна віднести:

1) Використання транснаціональними корпораціями української економіки як сировинної бази, передаючи українським партнерам не відповідні їхньому рівню розвитку технології.

2) Ведення бізнесу у видах економічної діяльності, які вигідні міжнародним компаніям, а не економіці України.

3) ТНК демонструють свою соціальну відповідальність в Україні, проте на практиці дуже часто порушуються певні права національної робочої сили, використовуються недоліки українського законодавства у сфері охорони навколишнього середовища і ін. Також варто зазначити, що іноземні інвестори можуть нав'язувати національним підприємствам свої корпоративну культуру, екологічно небезпечні матеріали.

Важливим негативним моментом є перетворення країни, яка має величезний інтелектуальний і науково-технічний потенціал, здатний забезпечити власний технологічний прорив, на полігон для виконання механічних операцій. Небезпечним для економіки України є перехід контролю до іноземних партнерів у стратегічних сферах. У багатьох країнах такі галузі, як металургія, транспорт, суднобудування, енергетика та телекомунікації є закритими для іноземних інвесторів, оскільки вони є основою національної економічної безпеки. Проте Україна дає змогу іноземним інвесторам увійти у ці галузі, що може призвести до зростання залежності економіки країни від іноземних ТНК.

Транснаціоналізація національної економіки може спричинити поступову втрату державного суверенітету, права на національне багатство, перетворення країни на джерело дешевих ресурсів та робочої сили, тому необхідно звернути увагу на вплив, який спричиняє діяльність ТНК на економіку України.

Виходячи із цього, політика уряду України має бути спрямована, з одного боку, на оптимальне використання можливостей транснаціоналізації, з іншого – на нейтралізацію її негативних наслідків; вона має бути комплексною та ґрунтуватися на чітко визначених національних пріоритетах розвитку, тож не потрібно надавати іноземним інвесторам транснаціональних компаній податкових пільг чи встановлювати імпортні бар'єри або накладати обмеження на операції. Щоб уникнути або мінімізувати ризики транснаціоналізації національної економіки, Україні доцільно поступово підвищувати конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, підтримувати національного товаровиробника, зменшуючи залежність від діяльності іноземних ТНК.

Україні важливо розвивати власні ТНК у нас ще фактично одиниці: Приватбанк, Інтерпайп, Індустріальний союз Донбасу, Систем Кепітал Менеджмент, Укрнафта, УкрСіббанк. Близькою до статусу ТНК є фірма “Оболонь”, якщо реалізує свій проєкт із будівництва заводу в Німеччині. Створити корпорації повного замкненого циклу, які займалися б видобутком сировини, її переробленням і виготовленням та реалізацією з неї продукції, Україна може лише в окремих галузях економіки. Крім того, створення власних ТНК можливе в галузях, що інтегровані у світове господарство. Чи не найголовнішою такою галуззю в Україні є транспортування енергоносіїв на ринки європейських держав.

Для України, як і для багатьох інших держав, в яких формується система ринкових відносин актуальним є завдання пошуку шляхів концентрації внутрішніх промислових і фінансових ресурсів. Позитивний досвід з утворення транснаціональних корпорацій в Китаї, Індії, та інших країнах дає можливість стверджувати, що національний капітал здатний витримувати конкуренцію з міжнародними компаніями.

#### **Список використаних джерел**

1. Сазонцев О. М. Динаміка транснаціоналізації та інтеграція ТНК в економіку України / О. М. Сазонцев, Н. О. Широкова. – [Електронний ресурс]. – Доступно з: [http://www.investplan.com.ua/pdf/3\\_2012/12.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2012/12.pdf)
2. Загарій В. К. Транснаціоналізація та її вплив на економіку України / В. К. Загарій // Інтелект XXI. – 2-17. – № 3. – С. 16-22.

## **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ**

Сучасний етап розвитку ринкових відносин в Україні вимагає від торговельних підприємств активних дій з підвищення ефективності їх діяльності. Питання управління ефективною діяльністю торговельного підприємства в ринкових умовах господарювання займає центральне місце в конкурентній боротьбі за споживача, який обирає більш якісні, надійні, сучасні, технологічні товари чи послуги за адекватною ціною, чим створює можливість стабільного існування торговельного підприємства. Саме удосконалення організаційно-економічного механізму управління ефективною діяльністю торговельного підприємства сприятиме зростанню прибутку та рентабельності його функціонування.

Необхідно зазначити, що мета та завдання організаційно-економічного механізму управління ефективною діяльністю торговельного підприємства повинні відповідати меті та завданням діяльності усього торговельного підприємства, тобто цей механізм є частиною загального механізму функціонування торговельного підприємства в цілому.

Організаційно-економічний механізм управління ефективною діяльністю торговельного підприємства, як і будь-який механізм, має рушійну силу, що призводить у рух цей механізм, примушує його розвиватися та удосконалюватись. Такою рушійною силою є персонал торговельного підприємства, інформація, техніка і технологія, методика та методологія, стратегія. Саме ця сила постійно змушує торговельне підприємство найповніше сприймати науково-технічні досягнення, застосовувати новітню техніку та технології, постійно здійснювати навчання персоналу та впроваджувати нові методики та методології, вносити зміни у стратегію розвитку торговельного підприємства.

Організаційно-економічний механізм управління ефективною діяльністю торговельного підприємства може мати різні форми управління, що відрізняються ступенем свободи поведінки внутрішніх структурних служб і підрозділів торговельного підприємства, формами їх вертикальних та горизонтальних зв'язків та показниками ефективної діяльності. Підрозділи торговельного підприємства виконують різні функції. Залежно від повноважень вони можуть бути центрами прибутку, центрами доходів, центрами витрат тощо.

Основними завданнями організаційно-економічного механізму управління ефективною діяльністю торговельного підприємства повинні бути: формування системи показників ефективної діяльності, максимізація суми прибутку та забезпечення її ефективного використання, управління доходами і витратами, податковими платежами, ресурсами та ризиками, використання складської та загальної площі торговельного підприємства.

Система показників ефективної діяльності торговельного підприємства повинна складатись із:

- показників витрат обігу (суми та динаміки витрат обігу, рівня витрат обігу та його зміни, витратовіддача та її зміна);
- показників доходу (суми та динаміки валового доходу; рівня валового доходу та його зміни, суми та динаміки чистого доходу; рівня чистого доходу та його зміни);
- показників товарних запасів (розміру та динаміки товарних запасів, середнього розміру товарних запасів, оцінки часу обороту середніх товарних запасів на торговельному підприємстві в числі або днях, асортиментної структури товарних запасів, розміру та динаміки товарних запасів у розрахунку на одну гривню товарообороту, рівня товарних запасів в днях обороту);
- показників товарообороту (суми та динаміки товарообороту, виконання плану товарообороту, рівномірність виконання плану товарообороту, товарно-групова структура товарообороту, структура товарообороту за видами економічної діяльності),

- показників прибутку (суми та динаміки чистого прибутку, рентабельності торговельного підприємства та її зміна, рентабельності витрат обігу та її зміна, рентабельність основних фондів та їх зміна, рентабельність середньоспискової чисельності працівників та їх зміна;

- показників економічної ефективної діяльності (використання складської та загальної площі, ефективності торговельної діяльності);

- показників по праці і заробітній платі (продуктивності праці у вартісному вираженні та її динаміка, суми та зміни фонду оплати праці, суми та зміни середньої заробітної плати, середньоспискової чисельності працівників та її зміна, ефективності фонду оплати праці відносно прибутку, товарообороту та валового доходу);

- показників оцінки фінансового стану (суми та динаміки власного та залученого капіталу, суми та динаміки довго- та коротко строкових фінансових зобов'язань, коефіцієнтів поточної ліквідності, фінансового ризику, автономії, фінансової стабільності).

Успішне функціонування організаційно-економічного механізму управління ефективною діяльністю торговельного підприємства багато в чому визначається ефективністю її організаційного забезпечення. Система організаційного забезпечення управління ефективною діяльністю підприємств являє є взаємопов'язаною сукупністю внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, які забезпечують розробку і прийняття управлінських рішень з окремих питань планування, формування, розподілу і використання прибутку і несуть відповідальність за результати цих рішень [1].

Ефективність функціонування організаційно-економічного механізму управління ефективною діяльністю торговельного підприємства залежить від гнучкості зв'язків між елементами, що його утворюють. Це забезпечує інтеграцію блоків організаційно-економічного механізму і сприяє гармонійному включенню торговельних підприємств в систему внутрішніх ефективних економічних відносин.

#### **Список використаних джерел**

1. Батракова Т. І. *Управління ефективністю діяльності підприємства – запорука його успішного функціонування* [Текст] / Т. І. Батракова // *Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2015. – Том 19. – № 2. – С. 13-19.*

2. Куцук П. О. *Організаційно-економічний механізм функціонування оптової торгівлі в ринковому середовищі: монографія* / П. О. Куцук, М. Я. Вірт. – Львів: Видавництво ЛКА, 2011. – 320 с.

3. Вірт М. Я. *Система показників стану та тенденцій розвитку оптового ринку України* / М. Я. Вірт // *Актуальні проблеми розвитку сучасної економіки: збірник матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції 13-14 березня 2013р., Дніпропетровськ. – Дніпропетровськ: “Герда”, 2013. – С.41-44.*

**Воронко Р. М.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЄЮ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Тракування призначення внутрішнього контролю як одного з ключових інструментів підвищення ефективності господарювання дозволяє більш повно використати його наявний потенціал. Реформування системи внутрішнього контролю організації на основі принципів чіткої відповідності стратегічним цілям її розвитку та адаптації до ринкового середовища вимагає детального розгляду й наукового обґрунтування напрямів і шляхів створення дієвих контрольних механізмів. Посилення турбулентності зовнішнього економічного середовища, збільшення конкуренції на ринках товарів і послуг призвели до переосмислення ролі внутрішнього контролю в організаціях, особливо великих, де “враження, ніби все добре, дуже часто є лише враженням” [1, с. 11].

Ефективність системи внутрішнього контролю визначається не тільки наявністю й насиченістю різноманітних контрольних процедур, але і їх відповідністю стратегії організації та рівню розвитку її бізнесу. Побудувати внутрішній контроль на засадах високої результативності, але без витрат зайвих ресурсів, є ключовою метою більшості керівників. Разом з тим наукове обґрунтування такої системи внутрішнього контролю на сьогодні є недостатнім.

Питання організації, методології та розвитку внутрішнього контролю висвітлюються у працях багатьох відомих вчених: В. В. Бурцева, Т. А. Бутинець, Н. Г. Виговської, Н. І. Дорош, І. К. Дрозд, Р. В. Макєєва, В. Ф. Максимової, К. І. Редченка, В. С. Рудницького, В. О. Шевчука та інших. Водночас, розглядаючи процес формування системи внутрішнього контролю у взаємозв'язку зі стратегією розвитку організації, більшість науковців не виходить за межі структурно-функціональної парадигми, зафіксованої у базових стандартах внутрішнього контролю, таких як COSO або CoSo. Зокрема, В. Гогішвілі [2] хоча і вказує, що стратегія у галузі формування систем внутрішньогосподарського контролю є важливою складовою бізнес-стратегії компанії, але основну увагу зосереджує на взаємозв'язках організаційної структури компанії та внутрішнього контролю і впливі його регламентації на якість здійснення контрольних процедур. О. І. Пилипенко [3] досліджує взаємозв'язок між структурою внутрішнього контролю та моделями корпоративного управління, характерними для різних країн, але не йде далі структурних побудов та організаційних схем. В. В. Бурцев [4] вказує, що на формування системи внутрішнього контролю впливають умови господарювання, цілі організації, прийнятий раніше курс дій, стратегія, тактика, види діяльності, організаційна структура та інші чинники. Разом з тим цей вчений не розгортає, як саме впливатимуть на конкретну конфігурацію системи внутрішнього контролю в організації зазначені вище чинники.

Те, що на сьогодні немає наукових досліджень, у яких розглядається вплив зовнішнього і внутрішнього середовищ організації на структуру внутрішнього контролю, обумовило нашу увагу до цієї важливої проблеми. Огляд економічної літератури свідчить, що структура внутрішнього контролю, як правило, не вивчалася глибше ключових елементів інтегрованої структури внутрішнього контролю Комітету спонсорських організацій Комісії Тредвея (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission – COSO), який об'єднує представників найбільш авторитетних професійних асоціацій бухгалтерів та фінансових фахівців США.

Важливим для побудови дієвої системи внутрішнього контролю є формалізація причино-наслідкових взаємозв'язків між стадіями розвитку галузі та організації, з одного боку, і розвитком структури внутрішнього контролю – з іншого. Це дає змогу запропонувати перелік метастратегій формування внутрішнього контролю в організації, який відповідає як структурі COSO, так і вимогам стратегічного менеджменту.

Запропонована у 1992 році структура внутрішнього контролю COSO неодноразово переглядалася. Сьогодні вона включає п'ять взаємопов'язаних компонентів: середовище контролю, оцінку ризиків, контрольні процедури, інформаційні системи, моніторинг засобів контролю. Структура COSO визначає спрямування внутрішнього контролю на досягнення поставлених цілей та містить процесний підхід до його здійснення, характеризуючи як засіб для досягнення мети, а не самоціль. Важливою у цій моделі є орієнтація внутрішнього контролю на людський фактор, оскільки його елементами є не тільки політика, керівництво та визначені форми, але і конкретні працівники на різних рівнях організації та управління. Разом з тим, метою внутрішнього контролю є надання керівництву організації не абсолютної гарантії, а лише достатньої впевненості досягнення визначених цілей.

На основі структури внутрішнього контролю COSO побудовано підхід Міжнародних стандартів аудиту до оцінювання ефективності внутрішнього контролю (МСА 315) та низку національних стандартів, зокрема модель, що була підготовлена Радою з критеріїв контролю (CoCo) Канадського інституту дипломованих бухгалтерів. Модель CoCo ґрунтується на основних принципах структури COSO, але внутрішній контроль у цій моделі розглядається у контексті виконання визначених завдань і тих елементів організації (зокрема ресурсів,

систем, процесів, корпоративної культури, структури управління), які у сукупності забезпечують досягнення сформульованих перед організацією цілей. Важливим для цієї моделі є врахування можливих змін зовнішнього середовища та оцінювання ефективності внутрішнього контролю за його здатністю адаптуватися до цих змін.

Структура внутрішнього контролю COSO є основою для створення корпоративних систем внутрішнього контролю у багатьох країнах світу. Разом з тим механізм проєктування таких систем часто недостатньо пов'язаний із зовнішніми та внутрішніми чинниками організації. Економічна система будь-якої комерційної організації є відкритою, вона тісно взаємодіє із зовнішнім середовищем. Це означає, що різні становища економічної системи організації у комбінації з різними становищами її зовнішнього оточення створюють множину варіантів, кожен з яких вимагає відповідної конфігурації внутрішнього контролю.

Концептуальне вирішення цієї проблеми ми пропонуємо шляхом використання розробленої моделі метастратегій формування внутрішнього контролю в організації, яка у загальному вигляді зображена на рис. 1.

Запропонована модель розглядає систему внутрішнього контролю в організації у трьох ключових вимірах. Перший вимір – це рівень (стадії) розвитку галузі, тобто середовища, в якому організація виконує свої основні функції та вступає у відносини з іншими суб'єктами.

Другий вимір відображає ступінь розвитку бізнесу. Кожен цикл розвитку комерційної організації пов'язаний зі зростанням впливу факторів, які зумовлюють зміну його мети, структури і процесів. Надалі вплив цих факторів викликає потребу здійснення коригувань зумовлених дією об'єктивних (науково-технічний прогрес, зростання попиту тощо) або суб'єктивних чинників (рішення власника бізнесу).

Третій вимір запропонованої нами моделі метастратегій – це згадані вище елементи структури внутрішнього контролю COSO. Поєднуючи його з першими двома вимірами моделі, ми отримуємо набір метастратегій формування внутрішнього контролю в організації. Ці метастратегії доцільно розглядати за елементами структури COSO.

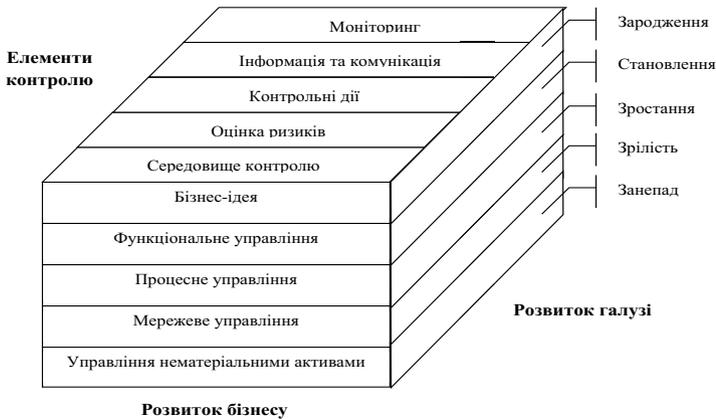


Рис. 1. Модель метастратегій формування внутрішнього контролю в організації

Запропонований підхід сприятиме постійному вдосконаленню контролю шляхом його переорієнтації від традиційного пасивного (констатуючого) до сучасних активних форм, які утворюють контрольно-аналітичне забезпечення менеджменту необхідною інформацією і

допомагають виявляти стратегічні напрями розвитку та резерви підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій. Це відбувається за умов зниження ролі централізованого адміністративного контролю і відповідного розширення призначення та завдань внутрішнього контролю на рівні економічних суб'єктів, коли він стає дієвим засобом ефективного господарювання та раціонального використання наявних ресурсів. Здатність внутрішнього контролю задовольняти інформаційні потреби менеджерів різних рівнів управління та враховувати специфіку діяльності організації характеризує його гнучкість і, відповідно, ефективність.

#### **Список використаних джерел**

1. *Макеев Р. В. Постановка систем внутреннего контроля: от проверок отчетности к эффективности бизнеса / Р. В. Макеев. – М. : Вершина, 2008. – 296 с.*
2. *Гогишвили В. Внутренний контроль в системе управления холдингом / В. Гогишвили // Управление компанией. – 2004. – № 3. – С. 12-17.*
3. *Пилипенко О. І. Моделі систем внутрішнього контролю в корпораціях: міжнародний досвід / О. І. Пилипенко // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2009. – № 1(47). – С. 100-107.*
4. *Бурцев В. В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации : монография / В. В. Бурцев. – М. : Экзамен, 2000. – 320 с.*

## ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 2 “РОЗВИТОК СФЕР ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В КОНТЕКСТІ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ”

Скрипко Т. О.

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ПІД ВПЛИВОМ АДМІНІСТРАТИВНИХ РЕФОРМ

Адміністративну реформу в Україні можна визначити як багатоаспектне, мультивекторне та перманентне явище. Останнє десятиліття принципові зміни спостерігаються у функціональному навантаженні державного управління: оборона, зовнішня політика, якість суспільного життя. Проте система державного управління залишається комбінацією радянської рудиментарної інституційної бази і нових форм періоду незалежності.

Концепція адміністративної реформи була затверджена у 1999 р. [1]. Проте основні цілі не втрачають актуальності: розвиток системи державного управління, що забезпечить становлення України як високорозвиненої, правової, цивілізованої європейської держави з високим рівнем життя, соціальної стабільності, культури та демократії; сприяння забезпеченню суверенітету та незалежності України; формування системи державного управління, яка стане близькою до потреб і запитів людей, а головним пріоритетом її діяльності буде служіння народові, національним інтересам.

Сучасна адміністративна реформа спрямована також на подолання бюрократії та корупції. Реструктуризація, реорганізація, на наш погляд – це неправильні акценти. Оскільки Україна зобов'язалася реформувати законодавство і систему як партнер та майбутній член Євросоюзу, вирішальним є європеїзація. Продовжуючи наукову полеміку, за нашим переконанням, поняття “адміністративна реформа” видається дещо застарілим, оскільки її суб'єктом є апарат державного управління. Проте трансформація відбувається і у місцевому самоврядуванні та інших ланках публічної влади. Отож, скоріше йдеться не про адміністративний менеджмент, а про публічне адміністрування. Ми прагнемо прогресу у взаємовідносинах між чиновниками і громадянами, то ж, словосполучення “реформа публічної влади” є у цьому сенсі логічнішим.

В широкому сенсі, реформи передбачають розвиток держави і суспільства в цілому. Публічне управління кардинально змінює історичну парадигму стосунків між державою та людиною. Ідея децентралізації державної влади при збереженні ідеї правової держави є підґрунтям появи і розвитку теорії сервісної держави. У контексті новітньої моделі публічного менеджменту, держава перетворюється із владно-репресивного жерна на партнера фізичних осіб, так і представників бізнесу, громадських організацій тощо.

Отож, шлях трансформацій відбувається від тоталітарної моделі устрою до демократичної з елементами ліберальної. Адміністративна реформа не може зводитися лише до утвердження оптимальної структури органів державного управління, зміни їх субординації та скорочення управлінського апарату. Проблеми виконавчої влади слід вирішувати щодо регламентації управлінських процесів; узгодження з концептуальними аспектами конституційної реформи.

Існує два діаметрально протилежних моделі публічного адміністрування: північно-американська і західно-європейська. Обидва підходи добре пристосовані до відповідних політичних, економічних та соціальних умов. Якщо поєднаємо найважливіші засади цих моделей, можемо сформулювати суть феномену публічного менеджменту (ПМ) – це організація виконання законів та інших нормативно-правових актів чинного законодавства, здійснення

ропорядження ресурсами загальнодержавної власності з метою комплексного соціально-економічного розвитку.

Найбільш соціально значимими завданнями органів державної влади є:

- забезпечення та захисту конституційного ладу країни, розвиток його як демократичної, соціальної, правової держави;
- забезпечення вільного розвитку кожної людини, прав, свобод та їх захисту, особистої свободи та недоторканності недоторканості;
- формування державно-правових, економічних та політичних умов діяльності державних органів, забезпечення їх ефективної діяльності;
- забезпечення громадян правом брати участь в управлінні державними справами.

Існують різні методології оцінки рівня виконання цих завдань ПМ: бази даних порівняльного вивчення виборчих систем (data base the comparative study of electoral systems), Євробарометр (Eurobarometer), Європейський соціальний огляд (European social survey) тощо. Світовий банк вже 15 років поспіль моніторить світові тенденції 190 країн і подає публічний звіт *Ведення бізнесу (Doing Business)*. Дані не лише висвітлюють ступінь перешкод для ведення бізнесу; вони також допомагають визначити джерело цих перешкод, підтримувати чиновників у розробці регуляторної реформи. Тож проаналізуємо цю релевантну інформацію.

Країни колишнього соціалістичного табору вдалися до реформування управлінських систем. Діапазон змін, які відбувалися чи відбуваються під час реформи управління в державному секторі, коливається від модифікації державної служби до приватизаційних програм, залишаючи осередком змін систему органів виконавчої влади. В Україні спрощено процедуру одержання дозволів на будівництво (річний прогрес податку на додану вартість становить 105 позицій), покращення рейтингу з податкових платежів (прогрес за 4 роки становить 65 позицій) пояснюється виведенням з тіні податків [2]. Натомість, колишня соціалістична країна, а нині член Євросоюзу, – Чеська Республіка з 2014 р. почала покращувати умови ведення бізнесу, значно зменшивши вимогу щодо мінімального капіталу. У 2016 р. країна полегшила відкриття бізнесу, скоротивши витрати та час, необхідний для реєстрації компанії в господарських судах, запровадивши онлайн-систему. Також було скорочено час, необхідний для реєстрації податку на додану вартість, і скасовано плату за реєстрацію бізнесу [3].

Ринкові ідеї нового ПМ вплинули на адміністративну структуру, на управління персоналом та на вибір інструментів публічної політики. Так, на зміну бюрократичному ієрархічному механізму державних закупівель сьогодні – електронна форма. Залучення приватного сектора для громадського обслуговування розширили практику контрактів і партнерства між громадськими структурами та приватними секторами. Трансформації приносять користь державам та їх адміністративним апаратам: публічний сектор став більш ефективним і діяльним, ніж до цих реформ. Більшість адміністрацій публічного сектора тепер краще щодо корупції; адміністративні послуги надаються швидше, населення і представники малого бізнесу висловлюють з цього приводу менше нарікань. Проте ще більше проблем не вирішено.

#### **Список використаних джерел**

1. Концепція адміністративної реформи в Україні від 11.06.1999 р. // Офіційний вісник України. – 1999. – № 21. – Ст. 32.
2. *Doing Business 2018 Czech Republic: a flagship report* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org).
3. *Doing Business 2018 Ukraine : a flagship report* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.doingbusiness.org](http://www.doingbusiness.org).

## **КОМУНІКАЦІЇ В ЕКОЛОГІЧНОМУ МАРКЕТИНГУ**

В останній час все актуальнішою стає вимога екологічної безпеки товарів та послуг у процесі їх споживання. Споживача починає цікавити, як було виготовлено товар у плані нанесення шкоди довкіллю, які екологічні проблеми можуть виникнути при експлуатації товару та яку шкоду може завдати споживання товару здоров'ю самого споживача. Відповідно підвищується роль комунікативного впливу виробників екологічних товарів на їх потенційних і реальних споживачів. Оскільки задоволення вимог споживача через виготовлення певних товарів чи надання послуг є умовою існування та розвитку будь-якого бізнесу, то врахування екологічних потреб споживачів і своєчасне відображення цього через систему комунікацій на сучасному етапі стає стратегічним завданням для кожного підприємства. Одним з ефективних засобів його розв'язання вважається впровадження на підприємствах екологічного маркетингу і відповідних його комунікаційних елементів.

Досить часто екологічний маркетинг оцінюють як такий, основною відмінністю якого є побудова стратегії розвитку підприємства з урахуванням двох характеристик – екологічних перспектив, які враховують спільний вплив діяльності людства на довкілля, та екологічних зобов'язань, дотримуючись яких, підприємство виконує функцію керування довкіллям через реалізацію всіх видів своєї діяльності

До екологічного маркетингу відносять [1, 2]:

- 1) інноваційну перебудову всіх етапів життєвого циклу продукту з метою зменшення негативних впливів на довкілля;
- 2) перебудову всієї діяльності та стратегії розвитку підприємства на засадах пріоритетності сталого розвитку;
- 3) продуктиві (зміни у конструкції чи матеріалах) чи процесні (зміни у технології чи організації виробництва) інновації, спрямовані на виготовлення екологічно безпечніших товарів чи послуг з меншим ресурсоспоживанням, більшим терміном служби, меншими відходами та шкідливим впливом на довкілля протягом всього життєвого циклу;
- 4) інновації у напрямку створення екологічно безпечніших пакувань;
- 5) застосування екологічно безпечніших засобів транспортування, зберігання, експлуатації та утилізації продукції;
- 6) дослідження та формування попиту на екологічно безпечні товари;
- 7) просування на ринок через комплекс маркетингових комунікацій екологічно безпечних товарів;
- 8) рекламування екологічних аспектів товарів та послуг;
- 9) забезпечення споживачів інформацією про екологічні властивості власних товарів та послуг шляхом екологічного маркування, екологічної сертифікації тощо;
- 10) формування у свідомості споживачів розуміння важливості екологічних параметрів товарів та послуг, проведення просвітницької діяльності;
- 11) формування іміджу “екологічно відповідального” підприємства;
- 12) врахування екологічних аспектів при виборі ділових партнерів;
- 13) впровадження на підприємствах системи міжнародних стандартів відповідного спрямування та формування внутрішньої системи “екологічних стандартів”;
- 14) вплив на державні та суспільні організації та інститути з метою просування екологічних вимог до товарів чи послуг;
- 15) екологічне спонсорство;

16) формування окремого ринку екологічних товарів та послуг, спрямованих на компенсування чи попередження нанесення збитків довкіллю та здоров'ю людини (вигодолення та експлуатація очисного обладнання, переробка відходів, екологічні консультаційні послуги, екологічна експертиза та аудит тощо).

Усі зазначені напрями у тій чи іншій мірі вимагають відповідної комунікації з потенційними і реальними споживачами, причому у реалізації напрямів 6-11 і 14-15 комунікації відіграють провідну роль.

Головним завданням зеленого маркетингу стає узгодження корисностей бізнесу для його власників та результатів бізнесу для його споживачів з урахуванням екологічних аспектів. Для споживача збільшення корисності можливе лише за усвідомлення переваг екологічно безпечнішої продукції, тобто за формування сприйняття екологічних параметрів як елементу споживчої цінності, що досягається продуманою комунікативною політикою виробників.

Розвивається й набуває сили парадигма “від коліски до потреби”, яка полягає у розширенні розуміння межі своїх “екологічних” компетенцій виробниками на сферу комунікацій з їх партнерами, постачальниками, продавцями та споживачами з метою отримання екологічно досконаліших рішень в інтересах сталого розвитку суспільства.

У розвинутих країнах вага “екологічної” складової у споживчій цінності товару постійно зростає, значна частка споживачів у різних країнах стверджують, що воліють купувати товари з вищими екологічними параметрами. Проте відомим є і феномен “розриву”, який полягає у тому, що серед споживачів, які стверджують, що віддають при купівлі перевагу “зеленим” товарам та послугам, робить це насправді переважна меншість.

Це свідчить про те, що спроба побудови комунікативної стратегії виключно на екологічних перевагах своєї продукції і супутнє їй інвестування покращання екологічних параметрів з метою отримання стійкої конкурентної переваги на ринку є ризикованими. Активна і результативна екологічна стратегія стає економічно ефективною лише за умови підтримки не тільки маркетинговими комунікаціями, але і усім комплексом збалансованої маркетингової політики.

Серед причин того, що споживачі не завжди віддають перевагу екологічно безпечнішим товарам – низька купівельна спроможність населення, слабший рівень інформованості споживачів про екологічні властивості товарів та способи отримання відомостей про них, недовіра до інформації, яка надається різними засобами комунікацій.

Лише 13 % покупців мають інформацію про екологічну безпеку більшості придбаних товарів, ще 18 % володіють частковою інформацією і прагнуть дізнатися більше. Серед джерел інформації, які викликають у споживачів довіру, лідером є екологічний сертифікат, далі йдуть публікації товариства споживачів, екологічних організацій, інформація у технічному паспорті чи на пакуванні продукту. Найменшою довірою характеризуються рекламні оголошення та інформація від продавця [3]. Тому комунікативна політика виробника повинна поєднувати суто рекламні заходи з наданням споживачеві максимуму об'єктивної інформації про екологічність товарів.

Отже основними напрямками впровадження екологічного маркетингу в Україні нині виступають заходи з формування екологічно орієнтованого попиту шляхом створення мережі відповідних маркетингових комунікацій з залученням найбільш ефективних засобів. Необхідно збільшення значущості екологічних оцінок на споживацькому ринку України, причому застосовувати методи інформаційної обробки споживачів мають бути використані у межах інтегрованої екологічної стратегії підприємства, узгодженої з іншими його стратегіями.

#### **Список використаних джерел**

1. Васюткіна Н. В. Комплексний підхід до визначення складових частин екологічного маркетингу в системі управління сталим розвитком підприємства / Н. В. Васюткіна, М. О. Зуй // *Економіка розвитку*. – 2017. – № 1 (81). – С. 68-77.
2. Зіновчук Н. В. *Екологічний маркетинг : навчальний посібник* / Н. В. Зіновчук, А. В. Раценко. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 190 с.
3. *Екопродукт* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.voxru.net/arc/ecology/ecoproduct.htm](http://www.voxru.net/arc/ecology/ecoproduct.htm).

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

З кожним роком туристична індустрія України все активніше включається у світовий ринок. Однак цей процес стримується низкою чинників, у тому числі недоліками державної політики в галузі туризму, відставанням галузі від зарубіжних аналогів тощо. Можна припустити, що вибір шляхів створення і реалізації стратегії розвитку стають найважливішою умовою існування туристичних підприємств.

Розвиток підприємництва в сфері туризму обумовлено наявністю наступних чинників:

- інноваційний розвиток ІТ-технологій;
- економічне зростання та стрімкий соціальний прогрес привели до зростання кількості подорожей ділового характеру;
- швидкий розвиток усіх можливих транспортних послуг;
- підвищення інтенсивності праці, її інтелектуалізації;
- розвиток зв'язків між державами і збільшення культурно-освітніх обмінів між різними країнами спричинило також розвиток міжособистісних зв'язків всередині регіонів.

На фоні такого інтенсивного зростання туристичної галузі туризм стає не тільки пріоритетною сферою розвитку національної економіки, а й визначає його одним з основних напрямів реалізації стратегії сталого розвитку. А це передбачає поступовий вихід економіки на якісно новий рівень за чотирма векторами – розвитку, безпеки, відповідальності та гордості. Саме до останнього – вектору гордості – залучено туристичну галузь, як таку, що здатна залучити значні фінансові надходження, забезпечити створення нових робочих місць, розширити малий та середній бізнес.

Стає очевидним, що туризм – це динамічна галузь економіки, в якій станом на 2017 р. працювало понад 400 тисяч чоловік, переважна більшість з якої складають жінки, а за даними КМУ до 2022 р. ця цифра повинна досягнути 1 млн. осіб. Також до 2022 р. частка туризму у ВВП повинна складати до 10 % за прикладом провідних туристичних країн Європи, а кількість туристів плановано має зрости до 50 млн. осіб.

Аналіз показників зайнятості в туризмі показує, що на 1 тис. туристів, які зупиняються в готелях, створено 279 місць працевлаштування у самому туризмі та 107 для зайнятості, не пов'язаної з туризмом безпосередньо – на будівництві й ремонті об'єктів розміщення туристів. Однак за останнє десятиліття намітилася тенденція переорієнтації на в'їзний і внутрішній туризм. Проте, політично-нестабільна ситуація, а найперше воєнні дії на Сході України спричинилися до зменшення кількості іноземних туристів протягом останнього року. Зокрема, різко знизилась кількість потоки до тимчасово окупованого Криму та й інші регіони відчули зменшення іноземних відвідувачів. Але з іншої сторони вітчизняні туристи збільшили кількість мандрівок Україною, тим самим стимулюючи надходження від внутрішнього туризму, особливо в Карпатському регіоні, Закарпатті, Львівщині та Одещині.

Слід зазначити, що майже 80 % українців від усіх виїжджаючих у 2017 році прямували до 5 країн – Польщі, Росії, Угорщини, Молдови та Білорусії.

Протягом останніх років, кількість українців, які виїжджають за кордон, є більш-менш постійною. Натомість, динаміка в'їзду іноземних громадян в Україну не така стабільна і характеризувалася значним скороченням кількості відвідувань 2014 році, після чого їх кількість суттєво не збільшилась, в основному, внаслідок тимчасової втрати туристичних дестинацій АР Крим та воєнних дій на Сході України. Однак на цьому фоні дещо зростає кількість громадян України, які виїжджали за кордон із туристичною метою на заміну

кримським курортам, а також у 2017 р. частково збільшилося число внутрішніх туристів у порівнянні з 2014 р. За прогнозом Всесвітня туристична організація при ООН (ЮНВТО) очікується, що Україна до 2020 р. може увійти в першу двадцятку країн з найбільш популярними напрямками туризму. Але для того, щоб розвинути туристичну індустрію, слід, найперше, на нашу думку, впорядкувати вітчизняну статистику щодо відповідних показників. Оскільки Україна, в силу свого географічного розташування, є транзитною країною, то кількість іноземців, що перетнули кордон України у 2012 р., становила рекордну цифру 24,7 млн. осіб.

Крім того, варто відзначити, що для виїзного туризму України протягом останніх десяти років характерними є наступні ознаки:

- формування так званої “трудова діаспора” у країнах східної та західної Європи, що спричинило збільшення частоти відвідування українськими громадянами таких країн як Італія, Іспанія, Греція та ін.

- вибір чинника “ціна/якість” як ключового щодо питання гарантії якісного туристичного обслуговування за кордоном, на відміну від сервісу українських туристичних підприємств.

Таким чином, стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, розширення внутрішнього та збільшення обсягів в'їзного туризму, забезпечення на цій основі комплексного розвитку курортних територій та туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів їх населення, збереження та відновлення природних територій та історико-культурної спадщини. Це обумовлює необхідність активних цілеспрямованих дій, насамперед у контексті державної туристичної політики, що являє собою діяльність держави з розвитку туристичної індустрії і суб'єктів туристичного ринку, вдосконалення форм туристичного обслуговування громадян і зміцнення на їх основі свого політичного, економічного та соціального потенціалу.

Одним з першочергових завдань є створення позитивного туристичного іміджу України шляхом здійснення комплексної рекламно-інформаційної кампанії, яка має включати:

- активізацію публікацій, як друкованих так і електронних, про унікальність української природи та культурну привабливість регіонів України;

- участь у професійних виставках на основних зарубіжних туристичних ринках для пропаганди національного туристичного потенціалу;

- розвиток ділового туризму шляхом проведення різноманітних конференцій та інших ділових та наукових заходів, особливо всесвітніх.

Наступним напрямом є створення регіональної системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів, враховуючи існуючу та потенційну потребу у фахівцях даного профілю.

Необхідним є проведення наукових досліджень з проблем розвитку туристичних послуг, видання наукових публікацій для привернення уваги науковців до розробки програм реалізації туристичного потенціалу України.

З погляду на законодавство – звернути увагу на можливість законодавчого введення на території певних регіонів спеціального режиму інвестиційної діяльності з метою залучення достатнього обсягу внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток туристичної галузі на цих перспективних територіях. Послуги сфери туризму (ліцензування, сертифікація та стандартизація) повинні стати важливим інструментом державного впливу. Особливу увагу слід звернути на розвиток та підтримку місцевих ремесел, фольклорних і культурних традицій, народних звичаїв, щоб туристи могли повністю відчути український колорит.

Одним із інструментів реалізації регіональної туристичної політики, який у сучасних умовах дозволяє сконцентрувати фінансові, матеріально-технічні, трудові і інші ресурси є регіональні програми розвитку туризму. Розвиток туризму в регіонах призведе до збільшення доходів, що надходять в регіональні і місцеві бюджети і тим самим покращить

рівень життя населення. Крім того, це позитивно позначиться на зростанні попиту на продукцію місцевої промисловості, збільшенні об'єктів туризму, стану кон'юктури у будівництві і інфраструктурі в регіоні, дозволить вирішувати проблеми зайнятості і екології. Для розвитку сфери туризму в Україні і регіонах існують деякі перешкоди:

- відносно невеликий термін окупності капіталу в цій сфері, що призводить до гонитви за швидкими прибутками і багато туристичних підприємств працюють без стратегії розвитку на майбутні періоди;
- відсутність інвестицій і інфраструктури туризму;
- відсутність єдиного механізму державного регулювання туристично-рекреаційним сектором економіки та ін.

Загалом, формування галузі туризму повинне бути комплексним і не зводиться лише до раціонального використання наявного ресурсно-рекреаційного потенціалу регіону. Необхідне якісне покращення кінцевого продукту його функціонування, найбільш повне задоволення потреб населення, створення висококонкурентного турпродукту. В цих умовах визріла необхідність перегляду принципів і пріоритетів управління туристичною діяльністю, вивчення міжнародного досвіду функціонування туризму.

Однак, механічно переносити методи стратегічного управління туризмом, які існують на Заході в українське середовище не слід без врахування особливостей і умов національного розвитку [1]. Для реалізації стратегічного розвитку пропонується перелік заходів, до яких слід віднести: створення нормативно-правової бази розвитку туризму, що відповідає міжнародній практиці; формування економічних механізмів стимулювання розвитку іноземного та внутрішнього туризму і залучення інвестицій у цю галузь; введення жорсткої системи сертифікації і ліцензування туристичної діяльності.

Стратегічний розвиток туризму не можна трактувати однозначно, а радше звести до трьох альтернативних підходів.

Перший підхід ґрунтується на тому факті, що регіональна туристична політика часто інтегрується в політику інших галузей, оскільки туризм функціонує на межі різних галузей економіки. Тому його варто розвивати в контексті загального соціально-економічного розвитку регіону, тим паче, що формування конкурентоспроможного комплексного туристичного продукту передбачає наявність розвинутої інфраструктури, спеціалізацію на усіх стадіях виробництва та реалізації туристичних послуг, а також концентрації значних фінансових засобів і великої кількості учасників в цьому процесі.

Другий підхід передбачає розробку індивідуальних стратегій розвитку туризму для території з високим туристичним потенціалом та розвинутою інфраструктурою. Цей підхід є доцільним за умови обґрунтування того, що розвиток туризму сприятиме динамічному і збалансованому розвитку регіону, оскільки стратегічний план – це документ, метою якого є збільшення конкурентоспроможності території.

Третій підхід враховує таку специфічну рису туризму як те, що нерідко туристично привабливі об'єкти розташовані в межах декількох адміністративно-територіальних одиниць, що вимагає співпраці між їхніми представниками, а також зумовлює координацію дій місцевої влади з державними органами вищих рівнів [2].

Власне в таких умовах стратегічне управління набуває все більшого значення як один із методів ефективного системи управління розвитком як сучасних організацій і сфер господарювання, так і всієї національної економіки. І галузь туризму при цьому не є винятком. Ми вважаємо, що класичну схему процесу стратегічного управління можна імплементувати до управління розвитком туризму (рис. 1).

Так, основними перевагами для туристичного бізнесу, на нашу думку, є те, що стратегія, як основний інструмент стратегічного розвитку туризму в Україні:

- дозволяє визначити основні цілі та шляхи їх досягнення в розрізі активізації розвитку та економічного зростання держави, регіону;
- встановлює взаємодію держави, регіону, підприємства із зовнішнім середовищем;

- дає змогу реагувати на зміни середовища та постійно удосконалювати процеси господарювання на основі зворотного зв'язку;
- є основою для розробки стратегічних планів, проектів і програм, що є системною характеристикою напрямів розвитку держави, регіону, суб'єктів туристичної діяльності в довгостроковій перспективі;
- є основою для формування і проведення змін в господарській системі України, регіону, підприємства відповідно до нових вимог зовнішнього та внутрішнього середовища;
- дає можливість забезпечити ефективну мотивацію та контроль дотримання законодавства та стандартів в туристичній діяльності.

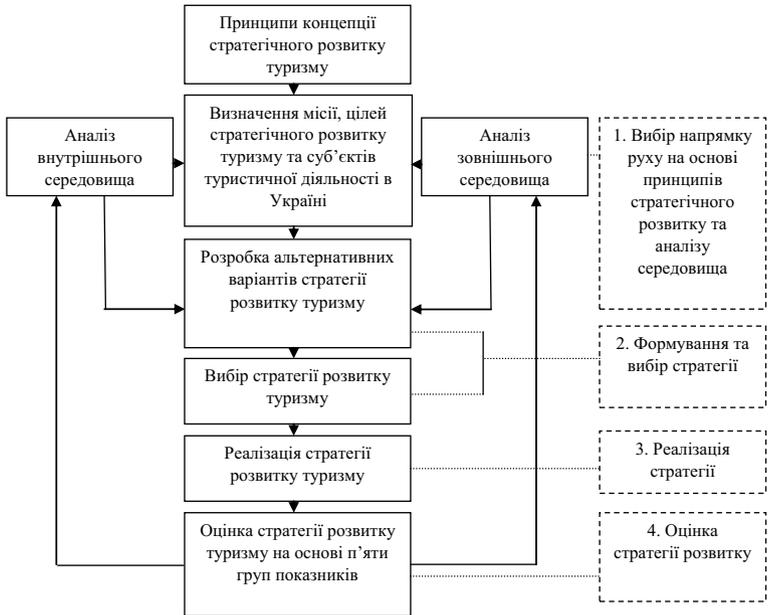


Рис. 1. Процес управління стратегічним розвитком туризму в Україні

Отже, можна стверджувати, що відсутність належних теоретичних і методичних підходів до стратегічного управління розвитком туризму в Україні обумовили необхідність формування концепції стратегічного управління розвитком туризму на усіх ієрархічних рівнях: національному, регіональному та локальному. Згідно цієї концепції, на кожному рівні стратегічний розвиток туризму дозволить реалізувати відповідні цілі:

1) на національному рівні – забезпечення постійного розвитку туристичної галузі на умовах паритету задоволення соціальних, екологічних та економічних інтересів суспільства через екологізацію та гуманізацію туристичного ринку;

2) на регіональному рівні – задоволення потреб туристів сьогодні, враховуючи інтереси регіону відносно збереження можливостей надання рекреаційно-туристичних послуг у майбутньому на основі ефективного управління складовими туризму регіону;

3) на локальному рівні – забезпечення та підтримання конкурентоспроможності суб'єктів туристичної діяльності тепер і в майбутньому на засадах економічного зростання, соціальної справедливості та екологічної дисципліни.

Виходячи з вищенаведеного доцільно сформувати такі рекомендації щодо удосконалення стратегічного розвитку туризму в Україні:

- запровадження сучасних підходів до планування та програмування розвитку (стратегічний підхід на основі участі; прозорий механізм залучення громадськості, експертів, бізнесу до розробки регіональних програм; впровадження у програмні документи елементу моніторингу та оцінки їх ефективності, зокрема громадського моніторингу);

- підвищення прозорості рівня дій влади, вдосконалення форм залучення громадськості до вироблення регіональної політики;

- професійний розвиток управлінських кадрів, зокрема шляхом запровадження інтенсивних програм навчання державних службовців, бізнесу з питань комунікації, PR, сучасних методів формування місцевої політики, інструментів стимулювання регіонального розвитку, стратегічного планування;

- інформаційний розвиток туризму в країні;

- вдосконалення системи стратегічних програмних документів розвитку туризму: без цього неможливо забезпечувати макроекономічну стабільність і стійке економічне зростання на основі виважених, системних і послідовних кроків та ефективного використання бюджетних коштів;

- залучення інвесторів та ін.

Зокрема, реалізація основних напрямів стимулюватиме туристичну діяльність в Україні, посилить взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного та культурного розвитку окремих регіонів і всієї країни. А це, у свою чергу, сприятиме зростанню авторитету України на світовому ринку туристичних послуг, зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристичної галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історико-культурної спадщини, піднесенню духовного потенціалу суспільства.

#### **Список використаних джерел**

1. Стещенко О. Д. Економічна стратегія розвитку туристичної галузі в Україні / О. Д. Стещенко, А. Ю. Гльєнко // *Научно-технический сборник. Коммунальное хозяйство городов. – № 94. – 2010. – С. 414-417.*

2. Теребух А. А. Досвід стратегічного планування розвитку туристичних центрів / А. А. Теребух, В. М. Косточко : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/nbt/19211/1/41-Terebukh-205-211.pdf>.

**Мельник І. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

Визначальними умовами сучасного розвитку вітчизняних готельних підприємств є змінні тенденції розвитку ринку послуг, жорстка конкуренція між суб'єктами господарювання та підвищення рівня вимог споживачів до отримуваних послуг. З огляду на ці умови для результативного функціонування підприємствам цієї галузі необхідним є інноваційний підхід до ведення бізнесу. Впровадження інноваційних продуктів сприятиме ефективному використанню всіх можливостей якісного обслуговування та максимізації потенціалу діяльності підприємства. Інноваційна діяльність є фактично єдиним засобом, що забезпечує підтримку рівня конкурентоспроможності будь-якої економічної системи. Інноваційна діяльність представляє істотну умову виживання будь-якого підприємства або більш складної економічної системи в конкурентній боротьбі, а її масштаби й характер гарантують їх успішний розвиток.

Відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та ЄС сторони зобов'язуються здійснювати співробітництво у галузі туризму з метою зміцнення розвитку конкурентоспроможної туристичної галузі як генератора економічного зростання й стимулювання економіки, зайнятості та валютних надходжень. Одним із напрямів такого

співробітництва є обмін інформацією, найкращими практиками, досвідом та передачі “ноу-хау”, зокрема інноваційних технологій.

Стратегією розвитку туризму та курортів на період до 2016 р. передбачено створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, в тому числі й готельного господарства, шляхом проведення моніторингу інноваційних проєктів, підготовки каталогу таких проєктів та їх участь у міжнародних інвестиційних ярмарках.

Отже, в Україні існують організаційні та нормативно-правові передумови для активної інноваційної діяльності готельних підприємств.

Перш ніж говорити про сучасні тенденції впровадження інновацій у готельному господарстві України необхідно узагальнити основні види інновацій, які мають або можуть мати місце в готельних підприємствах. Так, традиційно виокремлюють такі види інновацій:

1) продуктові – спрямовані на створення нових товарів чи послуг, що споживаються у сфері виробництва готельних послуг (засоби виробництва) чи у сфері споживання (предмети споживання), зокрема:

- комп’ютерні (інформаційні) технології в системі бронювання та резервування, глобальні розподільні системи;

- застосування сучасних клінінгових технологій (дозування миючих засобів, низькотемпературна побутова хімія);

- встановлення енергозберігаючих технологій (автоматичні системи опалення, вентиляції та подачі води);

- використання екологічних матеріалів (постільна білизна з антибактеріальними і бактерицидними властивостями);

- ароматотехнологія тощо.

2) технологічні – нові технології виробництва старих чи нових послуг, впровадження інформаційних систем, нових джерел енергії, технологій обслуговування, наприклад:

- електронні системи управління готелем та системами планування ресурсів підприємства;

- оснащення готелів сучасними димовими датчиками, безшумними кондиціонерами, системою звукової пошти;

- впровадження технологій ноу-хау: мікрочіп, який запобігає крадіжки рушників та халатів; інтерактивний проєктор; використання смартфона для відкриття номерів;

3) маркетингові – освоєння нових ринків і способів просування та пов’язані з комплексним вивченням туристичного ринку; вивченням запиту на різноманітні види готельних послуг; прогнозуванням конкурентоспроможності готельного продукту; розвитком рекламної кампанії; PR-діяльністю (заходи, виставки, фуршети, презентації);

4) економічні – нововведення у фінансовій та бухгалтерській сферах діяльності, оцінка результатів діяльності;

5) соціальні – застосування раніше невикористовуваних методів мотивації праці;

6) екологічні – використання нових технологій в галузі охорони навколишнього середовища;

7) інформаційні;

8) організаційно-управлінські – нові методи і форми організації всіх видів діяльності, зокрема новітні методики навчання персоналу; купівля готельної франшизи; створення власної готельної мережі тощо [1].

В Україні знайти інформацію про інноваційно активні підприємства загалом і готельні у тому числі дуже важко. На сайті Державної служби статистики є результати обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2012-2014 і 2014-2016 рр. відповідно до якого можна оперувати такими даними [2, 3].

Упродовж 2014-2016 рр. частка підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, за рекомендованими видами економічної діяльності становила 18,4 %, у т. ч. здійснювали технологічні інновації – 11,8 % (5,7 % – продуктові та 10,3 % – процесові), нетехнологічні – 13,4 % (8,7 % – організаційні та 10,2 % – маркетингові). За означений період, частка

інноваційно активних підприємств зросла порівняно з 2012-2014 р. майже на 4 %, при цьому дещо швидшими темпами розвивалися нетехнологічні інновації.

Щодо видів економічної діяльності, то протягом 2014-2016 рр. найвища частка інноваційних підприємств була на підприємствах інформації та телекомунікації (22,1 %), переробної промисловості (21,9 %), фінансової та страхової діяльності (21,7 %) та діяльності у сфері архітектури та інжинірингу (20,1 %). При цьому вища за середню по країні частка підприємств із технологічними інноваціями була серед підприємств переробної промисловості (15,6 %), з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (12,6 %), а також підприємств, які займалися діяльністю у сферах архітектури та інжинірингу, науковими дослідженнями та розробками, рекламною діяльністю – 13,2 %; з нетехнологічними інноваціями – серед підприємств фінансової та страхової діяльності (18,0 %), інформації та телекомунікації (17,3 %), переробної промисловості (15,3 %) [3].

Протягом 2012-2014 рр. найвища частка інноваційних підприємств була на підприємствах переробної промисловості (20,3 %), з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (18,6 %), а також інформації та телекомунікацій (16,3 %). При цьому вища за середню по країні частка підприємств із технологічними інноваціями була серед підприємств переробної промисловості, з постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря (по 15,6 %), а також підприємств інформації та телекомунікацій (10,6 %); з нетехнологічними інноваціями – серед підприємств переробної промисловості, інформації та телекомунікацій (по 11,1 %), оптової торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами (9,1 %) [2].

Як бачимо, відповідно до міжнародної методології, держава здійснює моніторинг інноваційно активних підприємств обмеженого кола напрямів діяльності і, нажаль, ні готельне підприємство, ні туризм загалом в цей перелік не входить.

Про обсяги інновацій в готельному господарстві ми можемо судити тільки з даних про загальний обсяг капітальних інвестицій. Так, якщо в 2010 р. у готельне господарство було залучено капітальних інвестицій на суму 1291 млн. грн, то в 2016 р. – лише 756 млн. грн., що більш, ніж на 40 % менше. За цей період найбільший обсяг інвестицій був засвоєний у 2011-2012 рр., що зумовлено підготовкою до проведення фінальної частини Євро-2012 [4]. Разом з тим, наведені статистичні дані не відображають загальних тенденцій розвитку інноваційної діяльності готельних підприємств, оскільки зазначені капітальні інвестиції пов'язані, в першу чергу, з будівництвом нових засобів розміщення.

Разом з тим, обстеження окремих готельних підприємств дозволяє говорити про те, що певні позитивні тенденції у напрямку впровадження інновацій є. Нами виокремлено такі:

- 1) створення умов для усамітнення гостей, починаючи від місця розташування готелю, закінчуючи самим процесом обслуговування, яке здійснюється за фізичної відсутності персоналу;
- 2) зміщення акцентів у навчанні персоналу з стандартів обслуговування на розвиток особистості, коли працівників готелю вчать встановлювати ближчі й більш неформальні контакти з гостями;
- 3) впровадження так званих “душевних” дрібниць (гаряче молоко перед сном, вітальна відкритка від директора готелю тощо) для подолання “емоційного” голоду людини, які піднімують настрій і підсилять позитивне враження від обслуговування;
- 4) активне запровадження прийомів сторітелінгу, як маркетингового прийому, який використовує медіа-потенціал для передачі інформації про готель у формі історії;
- 5) використання аутсорсингу для окремих напрямів діяльності, зокрема безпека, клінінг, підбір і навчання персоналу, інженерія та IT;
- 6) колаборація готельного підприємства з видатними людьми, організаціями, що мають спільні інтереси і працюють для досягнення єдиної мети (наприклад, співпраця з відомими дизайнерами, кутюр’є);
- 7) орієнтація на обслуговування лакшері-сектору та групових туристів, оскільки приватні ділові та туристичні поїздки поступово будуть переходити на сервіси подібні Airbnb;
- 8) розвиток готелів з потужною оздоровчою складовою, наприклад з клінікою

пластичної хірургії;

9) пристосування функціональних приміщень і послуг потреб “покоління Z”, для якого важлива функціональність та практичність усього, що їх оточує;

10) будівництво доволі незвичних і екстравагантних готелів, щоб викликати цікавість і прагнення на власному досвіді зазнати незвичайних відчуттів (готелі в бочках, підземних бункерах, колишніх в'язницях тощо).

Таким чином, у готельному господарстві України успішно впроваджуються інновації з метою залучення гостей і, тим самим, збільшення прибутку і підвищення рівня конкурентоспроможності готельного підприємства. Але для вирішення проблем подальшого інноваційного розвитку готельного бізнесу необхідно розробити стратегію та політику цього розвитку, де б були визначені найбільш важливі завдання, необхідний механізм та інструментарій.

#### **Список використаних джерел**

1. Тімар І. В. Інноваційна складова іміджу підприємств сфери готельних послуг / І. В. Тімар // *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: європейський вектор – нові виклики та можливості* [Електронний ресурс] : тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 14–16 травня 2015 року : до 50-річчя Інженерно-економічного факультету (Навчально-наукового інституту економіки і менеджменту) / Національний університет “Львівська політехніка” [та інші]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2015. – С. 355–356.
2. *Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2012-2014 років* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2015/dop/11/dop\\_inn\\_2014.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/dop/11/dop_inn_2014.zip).
3. *Обстеження інноваційної діяльності в економіці України за період 2014-2016 років* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2017/dop/11/dop\\_inn\\_2016.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/dop/11/dop_inn_2016.zip).
4. *Статистичний щорічник України за 2016 рік* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2017/zb/11/zb\\_seu2016\\_u.zip](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/zb/11/zb_seu2016_u.zip).

## ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ З “ТОВАРОЗНАВСТВО ТА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДОВОЛЬЧИХ І НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ”

Ємченко І. В.

д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### РЕФОРМИ СПОЖИВЧОЇ ПОЛІТИКИ У СВІТЛІ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ “УКРАЇНА-2020”

Стала індустріалізація України та впровадження інноваційних технологій у виробництво, є необхідною передумовою стабільного зростання національної економіки та оптимізації її структури [1]. Пріоритетним напрямом успішного розвитку кожної країни світу є забезпечення економічного розвитку, безпеки та стабільності. Отже сталий розвиток є механізмом стабілізації та збереження “status quo”, якого прагне кожна держава. В контексті реалізації основних положень міжнародних документів ООН Україна взяла на себе зобов’язання з розробки концепції стратегії сталого розвитку, інституалізації та координації зусиль з громадськістю та підприємництвом.

Євроінтеграційний курс, обраний Україною, зобов’язав проводити реформи в різних галузях суспільства, які були визначені Указом Президента України у стратегії сталого розвитку “Україна – 2020” [2]. Метою Стратегії є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі за пріоритетними векторами євроінтеграції, зокрема вектором безпеки – забезпечення гарантій безпеки держави, бізнесу та громадян. Основний акцент робиться на безпечності життя та здоров’ї людини, що неможливо без безпечного стану довкілля, доступу до якісної питної води, безпечних харчових продуктів та промислових товарів. Стратегію передбачено 62 реформи та програми розвитку держави в рамках чотирьох векторів євроінтеграції. Найважливішими для споживачів є реформи у сфері забезпечення безпечності та якості харчових продуктів та реформи у сфері захисту прав споживачів.

Ратифікація Угоди між Україною та ЄС дала інструмент для економічних та соціальних перетворень в нашій державі, зокрема в галузі реформування споживчої політики України. Виконання вимог Угоди про асоціацію між Україною та ЄС дає можливість Україні у подальшому стати повноцінним членом в ЄС, де “король ринку – це споживач”.

Глобалізація світового споживчого ринку, інтенсивне розповсюдження товарів на внутрішніх ринках різних країн – легальне або нелегальне – об’єднує споживачів європейського і світового співтовариства щодо захисту від небезпечної продукції з метою реалізації права людини на безпечне споживання товарів.

Економічне відродження України немислимо без створення умов, що забезпечують захист прав споживачів на внутрішньому і світовому ринках. Споживачі в Україні не захищені державою і законом внаслідок декларативного характеру проголошених прав та відсутності механізмів їх реалізації та відновлення. Відсутність цілісної системи державного контролю призводить до виникнення конкурентних переваг для недобросовісного бізнесу. На державному рівні не створено систему реалізації європейського принципу презумпції невинності споживача, доступну та прозору систему досудового розгляду скарг і реагування на результати незалежних споживчих досліджень.

Забезпечення населення товарами високої якості, що відповідають його запитам, – одне з важливіших завдань, які сьогодні стоять перед промисловістю і торговими організаціями.

Весвітньо відомі високі стандарти споживання в країнах Європейського Союзу із реальною увагою влади до потреб споживачів, суворого відповідальністю виробників і

продавців за безпечність продукції, вивченням рівня задоволеності споживачів та широким висвітленням результатів проведених заходів.

Одне із провідних місць у процесі формування економічної та соціальної політики в європейських країнах посідає саме система захисту прав споживачів.

Метою реалізації споживчої політики ЄС визначено стабільний розвиток внутрішнього ринку ЄС та поточний вплив Європейської комісії на повсякденне життя громадян Євросоюзу, який здійснюється шляхом забезпечення пріоритетності потреб споживачів [3].

Законодавчою базою для здійснення незалежного тестування товарів в Україні є стаття 25 Закону України “Про захист прав споживачів”, яка проголошує право громадських об’єднань споживачів вивчати споживні властивості продукції, проводити випробування продукції та інформувати споживачів про результати цих випробувань [4].

Всеукраїнська федерація споживачів “ПУЛЬС” підготувала Концепцію державної політики у сфері захисту прав споживачів на період 2017-2020 років із врахуванням відповідних пропозицій інших неурядових організацій споживачів, схвалених Кабінетом Міністрів України 29 березня 2017 року. 27 березня 2017 року Кабінет Міністрів України затвердив план заходів з реалізації Концепції. Одним із ключових моментів цієї Концепції є наближення рівня вітчизняних стандартів життя та споживання до визнаних в ЄС.

Реалізація Концепції дасть можливість забезпечити адаптацію у повному обсязі національного законодавства з питань захисту прав споживачів до законодавства ЄС, підвищити рівень довіри громадян до державної системи захисту прав споживачів. Це також підвищить рівень превентивного захисту прав споживачів для недопущення або зменшення кількості порушень прав споживачів, і зміцнить механізм поінформованості населення щодо споживчих прав та механізмів їх захисту. Усунення з ринку недобросовісних підприємців і нечесних підприємницьких практик є теж одним з центральних стержнів Концепції.

Реформа системи захисту прав споживачів спрямована на підвищення інституційної спроможності уряду до впровадження законодавства щодо безпеки продукції та вирішення проблем, що перешкоджають реформуванню та функціонуванню системи захисту прав споживачів. Базовою складовою реформи має бути відновлення всіх прав споживачів, які в незаконний спосіб на потребу нечесному бізнесу були вилучені із Закону України “Про захист прав споживачів”, а також доповнити його всесвітньо визнаними правами споживачів – на задоволення базових життєвих потреб, право споживача бути почутим.

Комітетом захисту прав споживачів Громадської ради при Держпродспоживслужбі було розроблено нову модель систему захисту прав споживачів в Україні. Вона має складатись з чотирьох елементів – правового захисту, державного захисту (наприклад, створення профільного комітету ВРУ із захисту прав споживачів та структури при адміністрації Президента України), ринкового захисту та громадського захисту. Також повинне бути створене єдиний представницький орган споживачів – Всеукраїнське об’єднання споживачів.

Реформування споживчої політики повинно проводитися на принципах превентивності, прозорості, пріоритетності інтересів споживачів, непорушності конституційних прав споживачів, цілісності системи захисту прав споживачів в Україні з урахуванням усіх видів товарів, робіт та послуг.

За словами Президента Всеукраїнської федерації споживачів “ПУЛЬС”, професору КНТЕУ, Н. Притульської, “баланс інтересів “держава-споживач-бізнес” є передумовою євроінтеграційних процесів в Україні. Отже реалізація Концепції сприятиме створенню та впровадженню сучасної ефективної системи захисту прав споживачів в Україні на засадах ЄС з урахуванням кращих практик країн ЄС.

#### *Список використаних джерел*

1. Національна доповідь. “Цілі Сталого Розвитку: Україна”: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.un.org.ua/images/SDGs\\_NationalReportUA\\_Web\\_1.pdf](http://www.un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf).

2. Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015 “Про стратегію сталого розвитку “Україна – 2020” : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

3. Бородачова Н. І. Європейський контекст розвитку системи захисту прав споживачів / Н. І. Бородачова // *Маркетинг в Україні*. – 2012. – № 1. – С. 56-60.

4. Закон України від 12 травня 1991 року № 1023-ХІІ “Про захист прав споживачів” : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

**Ніколайчук Л. Г.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ВИКОРИСТАННЯ КОНОПЛЯНОГО ВОЛОКНА В УКРАЇНІ**

Технічні коноплі – традиційна українська рослинна сировина, яку наші предки вирощували багато століть. Вони вживали її в їжу, шили з неї одяг, виготовляли ліки і декоративні вироби. Але з часом українських виробників виштовхнули з ринку під приводом боротьби з наркотиками. У той же час, в світі попит на продукцію з технічних конопель постійно зростає: за останні 10 років світовий ринок ненаркотичних конопель піднявся “з нуля” до кількох сотень мільярдів доларів. На сьогодні з конопель виготовляють 50 тис. видів різноманітної продукції [1].

В останні роки у світі та в нашій країні суттєво зросли обсяги вирощування та переробки цих волокон. Про це переконливо свідчать такі факти: значне розширення посівних площ, подальше вдосконалення та екологізація технологій їх вирощування та переробки, суттєве збільшення обсягів виробництва та розширення асортименту різноманітних видів товарів, отриманих на їх основі. Це обумовило необхідність проведення поглиблених досліджень асортименту та властивостей коноплевмісних матеріалів і виробів різноманітного призначення, комплексної оцінки рівня їх якості та конкурентоспроможності, а також економічного обґрунтування сфер найбільш ефективного їх використання. Невипадково ці питання в останні роки висвітлюються у багатьох зарубіжних і вітчизняних професійних галузевих виданнях.

В Україні галузь коноплярства почала відроджуватися в 2012 році. Першопрохідникам доводилося діяти в рамках правової бази, норми якої розраховані на психотропну коноплю або марихуану. Наприклад, аграрії повинні були платити за охорону посівів. На сьогоднішній день ця вимога скасували, але залишилося безліч інших норм, які гальмують розвиток цієї галузі.

Українська селекція і насінництво технічних конопель – одна з найбільш передових галузей світового сільського господарства. Наші фахівці створили і культивують унікальні безнаркотичні однодомні сорти конопель, які не мають аналогів в світі, вони стали фундаментом ренесансу світового коноплярства. Національні сорти малонаркотичних конопель не тільки є одним з найефективніших фітомередіантів (вони сприяють відновленню родючості ґрунту), а й здатні виростати на непридатних для інших агрокультур ґрунтах. Технічне коноплярство – одна з найбільш високорентабельних і передових галузей сільського господарства не тільки в Україні, але і в світі.

В Україні конопляні компоненти використовуються у виробництві текстильних виробів, косметології, фармакології, продуктів харчування, будівництві, зообізнесі, виготовленні сучасних біокомпозитних матеріалів, а також у багатьох інших сферах сучасної економіки.

В нашій країні зацікавлені і активно займаються вирішенням зазначених вище проблем за цими напрямками, а також розробкою та розширенням асортименту такі організації: Міністерство аграрної політики і продовольства України, Міністерство внутрішніх справ, Державна служба України з лікарських засобів та контролю за наркотиками, Асоціація “Українська технічна конопля”, Інститут луб’яних культур Національної академії аграрних наук України, Національний університет біоресурсів і природокористування, Національний університет харчових технологій, Херсонський національний технічний університет, Ніжинський агротехнічний інститут НУБіП

Україні, Балтійська асоціація виробників і переробників луб'яних культур, ReaciroLabs (Іспанія), ТОВ “Kagaz Shahary SEZ” (Казахстан), Laroche (Франція), ТОВ “Авекона”, Група компаній “Linen of Desna”, Alengroup, Hemps, Hempire, ТОВ “Натуральна косметика”, АстроЛакс Інвест, ФГ “Екосвіт” і ін. Одним з перспективних напрямів використання технічних конопель є створення одягу, взуття та аксесуарів повністю або з елементами конопляних текстильних матеріалів (тканих, трикотажних або нетканих). Наприклад, підприємство (alengroup) з 2005 року активні учасники ринку взуття, якому після багаторічного досвіду роботи прийшла ідея про створення нового продукту – конопляного взуття [2].

Далі, для прикладу, ми розглянемо тенденції використання технічних конопель у найбільших гігантах-країнах виробництва – Китаї та США. Щодо конопляного текстилю, в якості альтернативи бавовні, конопля привертає увагу китайських фахівців вже досить значний період часу. На сьогоднішній день ні якість, ні ціна китайського бавовни не є конкурентоспроможними на світовому ринку (в 2016 році Китай імпортував три мільйони тон бавовни з США).

Для забезпечення стрімкого розвитку текстильного напрямку розвитку китайського коноплярства, ініційована комплексна дослідницька програма за участю фахівців з академії наук провінції Хейлунцзян, України та Канади, спрямована на створення нових високопродуктивних сортів конопель зі збільшеним відсотковим вмістом волокна.

Як приклади розвитку конопляного текстилю, в китайському асортименті представлені надзвичайно тонкі тканини з конопель найвищої якості. На китайському ринку вже присутні костюми, куртки, сукні, брюки, нижня білизна, шкарпетки і великий вибір рушників, виготовлених з вищевказаних конопляних тканин. Найбільшим покупцем сучасної конопляної білизни є китайська армія, що замовляє уніформу і шкарпетки з конопель для своїх солдатів.

В США, крім медичного напрямку, використання конопель одним з найреентабельніших є використання рослини в якості сировини для легкої промисловості. Тож не дивно, що вже після декількох років вирощування технічних конопель в якості основи для продуктового напрямку і сфери догляду за шкірою і волоссям, американські бізнесмени звернули свою увагу на ринок тканин і трикотажних виробів з конопляного волокна. Так, наприклад, Bastcore – перша американська компанія, яка купує американське конопляне волокно і має систему його обробки для виробництва різного роду комерційних матеріалів – текстиль, композиційні матеріали, біомаса для виробництва енергії.

У 2017 році технічні коноплі легально культивувалися в 31 штаті. У 2016 році площі посівів досягли позначки в 8 тисяч га, що на 144 % більше, ніж в 2015. У звіті “Конопля як сільськогосподарський товар” вказується, що ринок технічних конопель в 2015 році склав близько \$ 600 млн.

Вироби з конопляного волокна стають стійким трендом провідних текстильних компаній світу, оскільки такі великі бренди як Adidas, Quiksilver або Patagonia додали продукти з конопляного волокна в лінійку свого асортименту, популярність виробів з конопляних тканин щорічно збільшується. На сьогодні існують десятки брендів (Woolrich, Cannabeings Designs, Hemp Authority, Hoodlamb, Nomads, Prana, Uprise Hemp та інші), що спеціалізуються виключно на одязі або аксесуарах з конопляного волокна.

В Україні практичним досвідом визначено необхідність розвитку таких основних галузевих напрямів: селекція, насінництво та аграрні технології; тканини, трикотаж та взуття з конопляного волокна; целюлоза для виробництва целюлозно-паперової продукції; фармакологія; біоенергетика; будівництво; біокомпозити; продукти харчування [3].

#### **Список використаних джерел**

1. Степанушко Л. *Made in Ukraine: З головою у коноплі* / Л. Степанушко // AgroPortal.ua, 28 лютого 2016 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://agroportal.ua/special-projects/made-in-ukraine-sgolovoi-v-konoplyu/>.
2. Ніколаїчук Л. Г. *Сучасний стан і перспективи використання конопляних волокон в Україні* / Л. Г. Ніколаїчук // *Іновачії в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг : матеріали V-ї міжнародної наук.-практ. конф., 07 грудня 2017 року. – Львів : Видавництво “Растр-7”, 2017. – С. 170-172.*
3. *Матеріали асоціації “Технічні коноплі”* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tku.org.ua>.

## **ПРОБЛЕМИ ЗНЕШКОДЖЕННЯ ТВЕРДИХ ПОБУТОВИХ ВІДХОДІВ**

Проблема твердих побутових відходів (ТПВ) є однією із найважливіших екологічних, соціальних і економічних проблем людства. Під час пошуку оптимального методу знешкодження ТПВ виникає багато питань. На сьогоднішній день в світовій практиці найпоширенішими є захоронення сміття на полігонах або його спалювання. ТПВ містять 30-50 % харчових відходів, 20-30 % паперу, 5-15 % скла, 1,5-5 % металу, 1,5-5 % пластмаси та інше.

Полігони і особливо звалища ТПВ є осередками забруднення довкілля. Біогаз, який утворюється з органічної маси ТПВ, містить 40-60 % метану і 60-40 % CO<sub>2</sub>. Саме ці гази відносяться до основних “парникових газів”, які відповідальні за глобальне потепління клімату Землі. Окрім CH<sub>4</sub> і CO<sub>2</sub> біогаз може містити сірководень, аміак та мікрокількості бензолу та його похідних, альдегідів, спиртів, ефірів та дуже токсичних хлорованих вуглеводнів [1]. Під час спалювання такого біогазу можуть утворюватись різноманітні токсичні речовини. Тому розглядати смітєвий біогаз як екологічно чисте паливо, можна лише умовно. На багатьох полігонах за 10 років загальна кількість органічних речовин зменшується лише на 20-25 %, а повний розклад органічної маси ТПВ можна очікувати не раніше ніж через 100 років.

На полігонах ТПВ завжди утворюється рідина сіро-чорного кольору (фільтрат). Фільтрат є надзвичайно отруйною рідиною, яка містить високі концентрації органічних речовин (фенол, бензол, вуглеводні, галогеновмісні сполуки), аміаку, нітратів, нітритів, сульфатів, хлоридів, фосфатів, ціанідів, важких металів та ін.

Сучасні полігони ТПВ оснащені складною і коштовною системою протифільтраційних екранів, а також системою відводу і спалювання газоподібних продуктів розкладу сміття. Такі технічні споруди займають площу декілька десятків гектарів і глибиною декілька десятків метрів. Дно полігону – це багатощарова споруда з обов'язковим збором і знезараженням фільтрату. Поширеними матеріалами під час спорудження протифільтраційних екранів є природні алюмосилікати, зокрема глини. Природні наноматеріали – цеоліти можуть бути використані, як компоненти сорбційно-фільтраційних інженерно-геохімічних бар'єрів для уловлювання низькомолекулярної органіки та важких металів на фінішній стадії доочищення води [2].

Основними недоліками сміттеспалювальних заводів (ССЗ) є можливість потрапляння в атмосферне повітря токсичних оксидів нітрогену та сульфуру, важких металів, ароматичних вуглеводнів, сажі, чадного газу, діоксинів та багатьох інших речовин. Особливо небезпечними серед цих речовин є діоксини. Єдиним дієвим методом аналітичного контролю повітря на вміст діоксинів є хромато-мас-спектрометричний метод, який можна застосувати лише в стаціонарних лабораторіях. В Україні є лише декілька лабораторій, в яких, за певних умов, можуть проводити аналіз об'єктів довкілля на вміст діоксинів. У країнах Європи є чинною Європейська директива по спалюванню відходів [3], яка регламентує гранично допустимі норми забруднюючих речовин, які потрапляють з викидами в атмосферу.

Великою проблемою є утилізація відходів (шлаків) ССЗ, які також містять токсичні речовини, зокрема важкі метали. Частково ця проблема вирішується шляхом додавання шлаків до будівельних матеріалів.

Отже, найпоширеніші на сьогоднішній день методи знешкодження ТПВ (захоронення на полігонах та спалювання на ССЗ) є далекими від ідеалу. Великобританія та США віддають перевагу захороненню ТПВ на спеціалізованих полігонах. Спалювання ССЗ найбільше здійснюється в Японії, Швейцарії, Данії, Бельгії, Швеції. Проте, незалежно від

методу знешкодження ТПВ, в світовій практиці основний акцент ставиться на організації роздільного збору побутових відходів в житлових масивах, створенні сміттесортувальних комплексів. Такі заходи суттєво мінімізують екологічні ризики під час знешкодження ТПВ. Значних успіхів по сортуванню та вторинній переробці сміття досягнули Німеччина, США, Швейцарія, Фінляндія.

#### Список використаних джерел

1. Краснянський М. Ю. Утилізація і рекуперация відходів : навч. посіб. / М. Ю. Краснянський. – Харків : Бурун і К, Київ : КНТ, 2007. – 288 с.
2. Василечко В. Природоохоронні аспекти застосування целюлітв українського Закарпаття / В. Василечко // Вісник НТШ. – 2017. – Ч. 57. – С. 62-70.
3. Directive 2000/76/EC of the European Parliament and of the Council of 4 December 2000 on the incineration of waste // Official Journal of the European Communities 28.12.2000. L 332/91– L 332/111.

**Бодак М. П.**  
к.т.н., доцент,  
**Гирка О. І.**  
к.т.н., доцент,  
**Гаврилишин В. В.**  
к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ТА АСОРТИМЕНТУ ВІСКИ

Віскі (англ.: whiskey, у Шотландії whisky, від шотл.: uisque baugh чи ірл.: uisce beatha – вода життя) – національний алкогольний напій Шотландії та Ірландії, який отримують перегонкою (дистиляцією) зброженого зернового солоду і витримки спирту у дерев'яних (зазвичай, дубових) бочках (cask). Залежно від виду напою використовуються різні види зерна, у тому числі ячмінь, підсолоджений ячмінь, жито, підсоложене жито, пшениця і кукурудза (маїс).

У Шотландії основною сировиною для виробництва віскі є ячмінний солод, в Ірландії до ячмінного солоду іноді додається житній. Крім цього, для зернового спирту найчастіше використовуються пшениця і ячмінь невисокої якості.

У США й Канаді в як сировину використовують кукурудзу, жито та пшеницю. В Японії для виготовлення віскі використовують ячмінь, просо, кукурудзу, іноді рис.

При виробництві зернового спирту зерно не зазнає солодження. Воно затирається при високій температурі для набрякання крохмалю, а потім оцукрюється.

Для сушіння солоду в Шотландії і Японії часто використовують торф, що робить смак напою солодкуватим, а аромат – димним.

Важливу роль при виробництві віскі відіграє вода. Різний мінеральний склад води, не регламентований країнами-виробниками, дозволяє зробити різні по смакових властивостях напої з однакової сировини. Так, у Японії роблять віскі із сировини, закуповуваної в Шотландії, вода ж використовується власна – у результаті, виходять напої з різними смаковими властивостями.

Завershальною стадією формування смако-ароматичних характеристик віскі є витримка в бочках. У процесі витримки віскових дистилятів відбувається перетворення хімічного складу, в результаті контакту спирту з компонентами деревини дуба – дубильними речовинами (танідами), лігніном, геміцелюлозами й ін. У результаті такої взаємодії в напої з'являються аромати ванілі, кориці, “старих книг” та інші.

Для витримки віскових дистилятів, в основному, використовують “старі” бочки, в яких раніше витримувалися різні вина або бурбон. Компоненти вина, що просочили стінки

бочки, також будуть джерелом аромату майбутнього напою. Серед “винних” ароматів виділяють такі – аромат шоколаду, мигдалю, воску, хересний аромат й ін. У США для витримки віскі використовують тільки нові обпалені бочки.

Від властивостей бочки залежить смак, аромат і колір віскі. Обпалені бочки дають більш насичений колір навіть, якщо віскі витримувався нетривалий час, за рахунок наявності карамелі. Бочки з-під червоних вин також дають насичені, темні відтінки. При повторному використанні бочки дають менше кольору і більш слабкі смако-ароматичні властивості напою.

Технологія виробництва, кліматичні умови і тривалість витримки в різних країнах-виробниках має свої особливості. До складу віскі значна кількість компонентів і на даний момент ідентифіковано близько 800. Наявність багатьох з них, а також їх кількісний вміст залежить переважно від технології витримки.

Окрім етанолу і води до складу віскі входять сивушні олії, ацетали, складні ефіри, фенольні сполуки. Останні з’являються у віскі під час витримки, при взаємодії спиртів з поверхнею дубової бочки. Аромат витримки утворюється в результаті розщеплення полімерних сполук деревини – лігніну, целюлози і геміцелюлози. Лігнін розкладається до ваніліну, бузкового, коричневого і коніферилового альдегідів.

Азотисті речовини є одним з основних компонентів дубової деревини, які беруть участь у формуванні букета віскі. Деякі амінокислоти – глютамінова кислота, фенілаланін, пролін, альфааланін екстрагуються з деревини і, вступаючи в різні окисні реакції, утворюють альдегіди з характерним, часто дуже пріємним ароматом.

Конденсовані дубильні речовини становлять чисельну групу і представлені ароматичними спиртами та альдегідами, оксибензойними кислотами – галовою, протокатеховою, ваніліновою, бузковою, бета-резорциновою та ін. [1].

Відсутність однакових вимог до виробництва віскі в різних країнах, використання різної сировини – все це робить асортименти віскі більш різноманітним і цікавим. Але також, враховуючи величезну популярність напою у світі, одночасно ці фактори є причинами для різних способів фальсифікації віскі.

У кожній країні є свої регламентовані особливості виробництва віскі. Залежно від цього класифікація та найменування типів віскі також відрізняється.

Згідно з вимогами Європейського Союзу напій, який може називатися “віскі” (whisky) – це спиртний напій, отриманий шляхом перегонки суслу із зерен, оцукреного ферментами солоду з або без додавання інших ферментів природнього походження; зброджений дріжджами; перегнаний до міцності не більш 94,8 % об., так щоб зберегти аромат і смак, характерні для використаної сировини; витриманого не менше 3 років у дерев’яних бочках місткістю не більш 700 літрів; розлитого при міцності не менш 40 % об.

Шотландське віскі є лідером продажів у багатьох країнах світу. У багатьох джерелах дослідники вважають, що Шотландія є батьківщиною віскі. Згідно із законом про регулювання виробництва шотландського віскі 2009 р., шотландське віскі буває: односолодове (Single Malt Scotch Whisky), однозернове (Single Grain Scotch Whisky), змішане солодове (Blended Malt Scotch Whisky), змішане зернове (Blended Grain Scotch Whisky), змішане (Blended Scotch Whisky) [2].

В Ірландії, як і в Шотландії, діють вимоги Європейського Союзу [3]. Мінімальний термін витримки в дерев’яних бочках 3 року. Виробництво і витримка можуть відбуватися в Ірландській державі і Північній Ірландії. В Ірландії рідко використовують торф для сушіння солоду, тому ірландське віскі не має яскраво виражених “димних” тонів.

Залежно від використаної сировини віскі ділиться на чотири типи: ірландське спеціалітет (Pure pot still), односолодове (Single malt), зернове (Grain) і купажоване (Blended).

Досить популярним напоєм віскі є в Канаді. Канадське віскі – алкогольний дистиллят, або суміш різних дистиллятів, отримане із суслу на основі хлібних злаків, оцукрене ферментами солоду або іншими ферментами природнього походження, зброджене дріжджами або сумішшю дріжджів з іншими мікроорганізмами. Віскі повинне бути

виготовлене і витримане не менш трьох років на території Канади, з органолептичними показниками, характерними для канадського віскі. У якості барвника може бути використаний колір і смакові добавки.

У Японії роблять віскі на основі шотландських технологій і традицій. Для виробництва свого напою японські виробники часто закупають торф та іншу сировину в Шотландії або навіть мають свої власні віскокурні на території Об'єднаного Королівства.

Виробництво віскі поширене і в інших країнах світу (Австралія, Індія, Куба, Таїланд та ін.). Однак його споживання найчастіше обмежене країною виробництва, тому таке віскі рідко стає об'єктом фальсифікації.

Отже, віскі є дуже популярний напоем в світі. Основними факторами, які впливають на формування споживних властивостей віскі є вид зернової сировини і особливості її додаткової обробки та тривалість витримки і особливості бочок для старіння віскі.

#### **Список використаних джерел**

1. Мальцев И. Виски: История вкуса / И. Мальцев – М: Альпина нон-фикшн, 2010. – 420 с.
2. Explanatory memorandum of the Scotch Whisky regulation, 2009 – № 2890 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.legislation.gov.uk/ukSI/2009/2890/introduction/made>.
3. Council Regulation (EEC) № 1576/89 of 29 May 1989 laying down general rules on the definition, description and presentation of spirit drinks : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file\\_id=126927](http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=126927).

## ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 4 “УДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВИХ МЕХАНІЗМІВ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ”

**Вдовичин І. Я.**

д.політ.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### ПОЛІТИКО-ПРАВОВІ ІДЕЇ ЮРІЯ ЛИПИ І СУЧАСНІСТЬ

Юрій Липа народився у 1900 р. в Одесі. Мабуть, тому в його уяві Україна була передусім причорноморським простором. Це відчуття Ю. Липа і перетворив на чітку історіософічну концепцію, висловлену у праці з характерною назвою: “Чорноморська доктрина”.

Юрій Липа доклався до формування ідеї української державності перш за все на ґрунті віри в ресурси власного “я” українського суспільства і окремої людини. Для покоління українських діячів 20-30-х років ХХ століття ідея державної самостійності на тлі програних Національно-визвольних змагань 1917-1920 рр. була центральною, та не меншої уваги надавали питанням внутрішнього сенсу цієї держави, власне становища людини в державі, її ціннісних, моральних пріоритетів, цілком слушно розуміючи фундаментальне значення морально-етичних засад у процесі реалізації державного будівництва. Лише у самостійній діяльності особи, чи то на полі інтелектуальному, чи мистецькому, чи на полі творення матеріальних цінностей. Ю. Липа не відносить формування особи, здатної до самореалізації свободи на період після здобуття незалежності, навпаки, така особа має передувати творенню держави, і на його думку вона вже окреслилась у своїй позитивній дії.

Аналізуючи суспільну свідомість українців, Юрій Липа зазначав, що для них чужим є світоглядний фанатизм, спроби нав'язати комусь свої погляди і переконання. Політико-правовий світогляд для українців, за Ю. Липою, це перш за все – моральний світогляд. Мислитель зазначає: “В кожному разі для характеристики українських генеральних ідей треба пам'ятати про стремління української одиниці до особистої свободи і про моральність провідників, про вроджені здатності мас і груп до міцної власної організації” [1, с. 161].

Ю. Липа постійно прагне засвідчити морально-етичний вибір, якого слід дотримуватись у процесі творення державності: “Війни за справедливість цілком відповідають натурі Українця, ними є його сучасна війна вже в ХХ ст. Це однак війни не тільки за право жити власним продуктивним життям, але й за новий моральний порядок, вищий від теперішнього порядку” [4, с. 7].

Ю. Липа поділяє традиційний для української політико-правової думки погляд на суспільство як сукупність самодіяльних громад, які вирішують соціально-економічні та культурно-освітні завдання без вказівок держави.

У своїй праці “Розподіл Росії” Ю. Липа, аналізуючи негативні тенденції, які простежуються в суспільній свідомості та державній практиці, наголошував, що “вилікувати з цього Московію і інші народи із zdeформованим правовим світоглядом може тільки вільний труд, дуже тверде право власності і відповідне до того законодавство” [2, с. 43]. Завдання держави полягає у створенні “невидимих будівель”, однією з яких є законодавство. Законодавство, яке б відповідало правосвідомості народу і уможливило самореалізацію як окремого індивіда, так і спільноти в цілому. Законодавство як вияв державності. Він підтримує скептичне ставлення до харизматичної моделі владарювання, надає перевагу раціональній моделі, в межах якої функції влади мають бути сталими і керуватися правом, а сфера дії людей, наділених владою, повинна бути чітко визначеною. Виходячи з таких засад, Ю. Липа вважав за ненормальне обмежувати можливості особи керувати своїм життям у приватній сфері, обмежувати можливості для вияву власної ініціативи.

Ю. Липа прагне до формування людини спроможної діяти самостійно і відповідально, а тому заперечує претензії на абсолютну істину, право на домінування, зверхність, як такі, що методологічно помилкові. “Береться, як абсолютну правду, якусь абстрактійну доктрину, порівнюється з живим організмом і, не узнаючи його органічності, картається й карється до сходу” [3, с. 22].

Особиста ініціатива, відповідальність є основним, на думку Ю. Липи, у процесі втілення людино. власної свободи, чи йде мова про приватне життя, чи про масштабні історичні події. “В одному з військових спогадів про великий відступ української армії в 1919 році є речення: “Хто знає, може, той вартовий старшина, що вночі полінувався півтисяти до польового телефону, завинив найбільше у відступі цілої армії?” Це є, власне, найхарактерніший вислід того ревізійністичного неспокою, що закиди виновності в історичній події перекладають уже на щоденних людей і майже щоденну їх діяльність” [1, с. 211-212].

Як і для переважної більшості українських мислителів тієї пори, для Ю. Липи одним з важливих було питання, як узгодити цілком очевидне право й обов’язок особи на свободу з необхідною та очевидною потребою скоординованої дії, яка неминуче сковує свободу особи. Вирішення проблеми Ю. Липа вбачав у критиці ідеї одноосібної диктатури, традиція якої світоглядно є чужою українському суспільству: “Варто приглянутися до сучасної політики західних українців. Занепадають там усі спроби фюрерства. Ці спроби кінчаються найчастіше тільки створенням ще однієї асоціативної групи в українськiм суспільствi” [1, с. 219].

Таким чином, обстоювання Ю. Липою ідея української державності передусім як сукупність духовних та інституційних механізмів необхідних для забезпечення свободи людськiй індивідуальності, зберігає актуальність і для сьогодні. Вона надає громадянину можливість самостійно визначати власну долю завдяки взаємодії моральних інтелектуальних, процесуальних та інституційних інструментів. Для Ю. Липи громадянин не об’єкт зовнішнього маніпулювання, чи то через очевидний примус, чи то через витончене маніпулювання, а суб’єкт, відповідальний за власне життя і оточуючу дійсність, наділений правом і обов’язком її змінювати.

#### **Список використаних джерел**

1. Липа Юрій. *Призначення України*. – 2-ге незмінне вид. / Юрій Липа. – Львів: Просвіта, 1992. – 270 с.
2. Липа Юрій. *Розподіл Росії* / Юрій Липа. – Київ; Одеса; Севастополь та ін.: Держвидав України, 1941. – 116 с.
3. Липа Юрій. *Українська доба* / Юрій Липа. – Львів: Українськiй стяг, 1936. – 24 с.
4. Липа Юрій. *Чорноморська доктрина* / Юрій Липа. – Варшава, 1940. – 124 с.

**Дидик М. В.**

провідний юристконсульт

Комунальне підприємство “Телекомпанія “Львів-ТБ”

## **ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЦЕДУР ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ЗА ЗАКОНОМ УКРАЇНИ “ПРО ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ”**

Загальна характеристика змін до законодавства України у сфері публічних закупівель та аналіз порядку проведення публічних закупівель дає можливість стверджувати про імплементацію міжнародних та європейських стандартів здійснення закупівель за державні кошти в національну практику. Зокрема, це стосується впровадження електронної системи закупівель, що забезпечує проведення процедур закупівель товарів, робіт та послуг за державні кошти.

Закон України “Про публічні закупівлі” був прийнятий на виконання Програми діяльності Кабінету Міністрів України та Коаліційної угоди, Указу Президента “Про

стратегію сталого розвитку “Україна – 2020” щодо впровадження електронних закупівель, а також статті 153 глави 8 (Державні закупівлі) розділу IV Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами – членами, з іншої сторони, в частині імплементації Директив 2014/24/ЄС і 2014/25/ЄС.

Прийняття Закону України “Про публічні закупівлі” передбачає можливість впровадження прозорості процесу від планування до постачання товару, забезпечення доступності для аналізу та контролю громадськістю, оперативності та ефективності оскарження, підвищення професійності закупівельників, оптимізацію функції Уповноваженого органу у сфері державних закупівель, удосконалення правил та умов здійснення державних закупівель, створення додаткових умов для подолання корупції, сприяння імплементації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Сферу застосування нового Закону про публічні закупівлі визначають за такими критеріями:

1. щодо замовників, за умови, що вартість предмета закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) дорівнює або перевищує 200 тис. грн., а робіт – 1,5 млн. грн.;

2. щодо замовників, які здійснюють діяльність окремих сферах господарювання, за умови, що вартість предмета закупівлі товару (товарів), послуги (послуг) дорівнює або перевищує 1 млн. грн., а робіт – 5 млн. грн.

Цікавою новелою Закону України “Про публічні закупівлі” є застереження про те, що під час здійснення закупівлі товарів, робіт і послуг, вартість яких є меншою за вартість, що встановлена в абзацах 2 і 3 пункту 1 статті 2 цього Закону, замовники повинні дотримуватися принципів здійснення публічних закупівель та можуть використовувати електронну систему закупівель з метою відбору постачальника товару (товарів), надавача послуги (послуг) та виконавця робіт для укладення договору.

На думку Є. Старчука, таке застереження можна, по суті, вважати, зобов’язанням здійснювати всі закупівлі через електронну систему закупівель, оскільки жоден інший варіант проведення закупівлі не дасть змоги довести, зокрема й правоохоронним органам, що під час закупівлі замовник дотримався усіх принципів. Таке положення автор вважає суперечливим, оскільки воно перекреслює всю суть поділу процедур за вартісною ознакою і встановлює однозначну можливість притягнення посадових осіб до відповідальності за порушення закупівлі, навіть якщо вона була допороговою.

Відповідно до ст. 12 Закону України “Про публічні закупівлі” закупівля може здійснюватися шляхом застосування однієї з таких процедур: відкриті торги; конкурентний діалог; переговорна процедура закупівлі.

З прийняттям нового закону у сфері закупівель кількість процедур публічних закупівель зменшилась. У ст. 12 Закону України “Про публічні закупівлі” зазначено, що замовник здійснює процедури закупівлі шляхом використання електронної системи закупівель. Раніше ж використання електронних засобів в процедурах закупівель було правом, а не обов’язком замовника. З прийняттям нового Закону України “Про публічні закупівлі” до процедур закупівель були внесені такі зміни:

1) замовник здійснює процедури закупівлі шляхом використання електронної системи закупівель (в Законі України “Про здійснення державних закупівель” це було правом, а не обов’язком замовника);

2) подання інформації під час проведення процедури закупівлі здійснюється в електронному вигляді через електронну систему закупівель (до внесення змін це положення викладалося в наступній редакції: “подання інформації під час проведення процедури закупівлі здійснюється у письмовій формі, а у випадку, передбаченому абзацом другим частини другої статті 12 Закону України “Про здійснення державних закупівель”, – у вигляді електронного документа);

3) скарга до органу оскарження подається суб’єктом оскарження у формі електронного документа через електронну систему закупівель (за Законом України “Про

здійснення державних закупівель”: “скарга до органу оскарження подається суб’єктом оскарження в письмовій формі та повинна бути підписана особою, яка її подає”).

Запровадження системи електронних закупівель та електронної системи оскарження має на меті підвищення конкуренції у сфері державних закупівель та зниження рівня корупції. Переведення процедур в електронний формат передбачає швидкий обмін документами та інформацією, розкриття усіх пропозицій учасників після завершення аукціону у відкритих торгах, створення моделі електронних закупівель за участю держави та приватного бізнесу.

За своїм характером процедури публічних закупівель можуть бути конкурентними (відкриті торги і конкурентний діалог) та неконкурентними (переговорна процедура закупівлі).

Процедура відкритих торгів базується на принципі відкритості та рівного (недискримінаційного) доступу до закупівель усіх учасників, утім, із обов’язковим застосуванням системи електронних закупівель та проведенням електронного аукціону. Відкриті торги є головною процедурою закупівель, у якій можуть брати участь усі бажаючі та для проведення якої має бути не менше 2-х учасників. Слід відмітити головне нововведення відкритих торгів – можливість проведення електронного аукціону. Даний аукціон полягає в поетапному зниженні цін або їх визначенні з урахуванням показників інших критеріїв оцінки за математичною формулою, встановленою замовником.

Порівняно з попереднім законом у сфері державних (публічних) закупівель в процедурі відкритих торгів зменшився строк для подання тендерних пропозицій: не може бути менше ніж 15 днів з дня оприлюднення оголошення про проведення процедури відкритих торгів на веб-порталі Уповноваженого органу.

Особливостями процедури відкритих торгів є:

1) у оголошенні про проведення процедури закупівель обов’язково зазначаються відомості про розмір мінімального кроку пониження ціни під час електронного аукціону у відсотках або грошових одиницях та математичну формулу, яка буде застосовуватися при проведенні електронного аукціону для визначення показників інших критеріїв оцінки;

2) дата і час розкриття тендерної пропозиції та дата і час проведення електронного аукціону визначаються електронною системою закупівель автоматично в день оприлюднення замовником оголошення про проведення процедури відкритих торгів на веб-порталі Уповноваженого органу (крім випадків, коли вартісна межа закупівлі підпадає під оприлюднення англійською мовою – ч. 4 ст. 2 Закону України “Про публічні закупівлі”);

3) тендерна документація повинна містити, зокрема: – проєкт договору про закупівлю з обов’язковим зазначенням порядку змін його умов; – опис методики оцінки за критерієм “ціна” повинен містити інформацію про врахування податку на додану вартість;

4) зміни, що вносяться замовником до тендерної документації, розміщуються та відображаються в електронній системі закупівель у вигляді нової редакції тендерної документації додатково до початкової редакції тендерної документації. Замовник разом зі змінами до тендерної документації в окремому документі оприлюднює перелік змін, що вносяться. Положення тендерної документації, до яких вносяться зміни, відображаються у вигляді закреслених даних та повинні бути доступними для перегляду після внесення змін до тендерної документації.

Конкурентний діалог застосовується замовником у тому випадку, якщо неможливо визначити необхідні технічні, якісні характеристики або якщо предметом закупівлі є консультаційні, юридичні послуги, розробка інформаційних систем, програмних продуктів, проведення наукових досліджень, експериментів або розробок, виконання дослідно конструкторських, будівельних робіт, визначення вимог до виконання яких вимагає перемовин.

Слід зазначити, що на практиці конкурентний діалог застосовується досить рідко та, по суті, служить помічником замовника у визначенні технічних характеристик та інших вимог до предмета закупівлі.

Особливості здійснення конкурентного діалогу:

1) на першому етапі всім учасникам пропонується подати тендерну пропозицію, у якій надається інформація про відповідність учасника кваліфікаційним критеріям, вимогам, визначеним замовником у тендерній пропозиції, та опис рішення про закупівлю без зазначення ціни;

2) після розкриття тендерної пропозиції замовник розглядає пропозиції учасників на відповідність вимогам, установленим у тендерній документації для першого етапу. Усі учасники, тендерні пропозиції яких не було відхилено, запрошуються замовником до переговорів, але не менше ніж три учасники;

3) після завершення діалогу з учасниками замовник вносить зміни до тендерної документації щодо технічних вимог та вимог до якості предмета закупівлі чи визначає нові характеристики предмета закупівлі та запрошує всіх учасників, які брали участь у діалозі, взяти участь у другому етапі;

4) на другому етапі учасники повинні подати остаточні тендерні пропозиції із зазначенням ціни.

Строк подання тендерної пропозиції на другому етапі становить не менше 15 календарних днів з дня отримання учасниками запрошення взяти участь у другому етапі процедури конкурентного діалогу.

Дату й час розкриття тендерних пропозицій на другому етапі, як і на першому, визначає автоматично електронна система закупівель та зазначає в оголошенні про проведення процедури конкурентного діалогу. Розгляд та оцінка тендерних пропозицій учасників на другому етапі конкурентного діалогу здійснюються відповідно до статті 28 Закону України “Про публічні закупівлі”.

В електронних торгах оцінку тендерної пропозиції здійснює автоматично електронна система закупівель. Причому оцінка здійснюється як через застосування електронного аукціону, так і на основі критеріїв методики оцінки, які замовник визначає в тендерній пропозиції. Розглядає пропозиції на відповідність вимогам тендерної документації сам замовник. За результатами розгляду та оцінки тендерної пропозиції замовник визначає переможця та в день його визначення приймає рішення про намір укласти договір про закупівлю. Так, переможець процедури закупівлі – це учасник, тендерна пропозиція якого відповідає всім критеріям та умовам, що визначені у тендерній документації, і визнана найбільш економічно вигідною та якому замовник повідомив про намір укласти договір. Або – учасник, якому замовник повідомив про намір укласти договір за результатами застосування переговорної процедури закупівлі.

Переговорна процедура закупівлі є прототипом процедури державних закупівель, яка передбачалася старим законом, і застосовується у вигляді виключення. Вона полягає в наступному: замовник укладає з учасником договір про закупівлю після проведення переговорів з одним або кількома учасниками. Так, на практиці переговорна процедура закупівлі застосовується в основному при закупівлі електроенергії, водопостачання, водовідведення або за необхідності продовження будівельних робіт тим самим підрядником.

Слід зазначити, що проведення переговорної процедури закупівлі вимагає від замовника обов’язкового обґрунтування застосування саме даного виду закупівлі.

Особливості переговорної процедури закупівлі:

1) здійснюється без попереднього оприлюднення інформації про її проведення (оприлюднюється тільки повідомлення про намір укласти договір після проведення переговорів з учасником процедури);

2) застосування у разі нагальної потреби у здійсненні закупівлі пов’язано тільки з виникненням особливих економічних чи соціальних обставин, які унеможливають дотримання замовниками строків для проведення тендеру, а саме пов’язаних з негайною ліквідацією наслідків надзвичайних ситуацій, а також наданням у встановленому порядку Україною гуманітарної допомоги іншим державам;

3) може бути застосована, якщо замовником було двічі відмінено тендер через відсутність достатньої кількості учасників, за умови, якщо предмет закупівлі, його технічні та якісні характеристики, а також вимоги до учасника не повинні відрізнятися від вимог, що були визначені замовником у тендерній документації;

4) відмінюється, зокрема, у разі невідписання учасником договору про закупівлю у строк 35 календарних днів (20 календарних днів у разі нагальної потреби, а також у разі закупівлі передбаченого Законом про публічні закупівлі виключного переліку предметів закупівель, наприклад: компослуг) з дня оприлюднення на веб-порталі Уповноваженого органу повідомлення про намір укласти договір за результатами застосування переговорної процедури закупівлі;

5) Підстави застосування переговорної процедури підтверджують винятковість ситуації щодо неможливості застосувати конкурентну процедуру закупівлі. Тож ознаки винятковості та неконкурентності такої процедури закупівлі потребують об'єктивного та документально підтвердженого підходу.

Отже, документами, що підтверджують підстави для застосування переговорної процедури, можуть бути як документи, створені самим замовником, так і видані іншими підприємствами, установами, організаціями, державними органами (зокрема, експертні висновки, нормативні, технічні документи тощо), оскільки законодавець не встановив конкретних вимог до органу, який має видавати такі документи, та до переліку таких підтвердних документів.

Таким чином, у новому Законі України “Про публічні закупівлі” кількість процедур публічних закупівель скорочена до трьох: відкриті торги, конкурентний діалог, переговорна процедура. Основні зміни в проведенні процедур публічних закупівель полягають у тому, що замовник здійснює процедури закупівлі шляхом використання електронної системи закупівель. Раніше ж використання електронних засобів у процедурах закупівель було правом, а не обов'язком замовника. Це сприятиме зниженню рівня корупції та підвищенню конкуренції у зазначеній сфері.

#### **Список використаних джерел**

1. Про публічні закупівлі: Закон України від 25 грудня 2015 р. № 922-VIII // *Відомості Верховної Ради України*. – 2016. – № 9. – С. 89.
2. Кісельов М. Акт тяжця: публічні закупівлі. Огляд змін та проблемні моменти / М. Кісельов // *Юрист&Закон*. – 2016. – № 7 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine\\_article/EA008862](http://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA008862).
3. Старчук С. В епіцентрі дискусії замовник – державне підприємство / С. Старчук // *Держзакупівлі*. – 2016. – № 8 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edz.mcfr.ua/article.aspx?aid=486724>.
4. Дуброва Я. Відкриті торги за правилами публічних закупівель: крок за кроком / Я. Дуброва // *Держзакупівлі*. – 2016. – № 4 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edz.mcfr.ua/article.aspx?aid=461960>.
5. Про затвердження форм документів у сфері публічних закупівель: наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 22.03.2016 № 490 // *Офіційний вісник України*. – 2016. – № 25. – С. 149.
6. Про затвердження Порядку функціонування електронної системи закупівель та проведення авторизації електронних майданчиків: постанова Кабінету Міністрів України від 24.02.2016 № 166 // *Офіційний вісник України*. – 2016. – № 22. – С. 13.

**Федик Є. І.**  
к.ю.н., доцент  
Львівський торговельно-економічний університет,  
**Федик С. Є.**  
к.ю.н., доцент  
Львівський державний університет внутрішніх справ

## ДОГОВОРИ, ЇХ ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ

У першу чергу договір асоціюється з поняттям зобов'язання. Його специфікою є не лише добровільність вступу в таке зобов'язальне правовідношення, але й якнайширше коло його учасників в статусі правосуб'єктних фізичних та юридичних осіб. Разом з тим, договір виступає як різновид юридичних фактів, що, як правило, виникає з доброї волі сторін-учасників у якнайширшій сфері суспільних відносин з функцією правоутворення. Яку б функцію (чи функції) конкретний договір не виконував, всі його функції спрямовані на забезпечення ним головної праворегулятивної функції, котра навіть у питаннях цивільної відповідальності у договірних відносинах виконує свою роль. Таке твердження ґрунтується на тому постулаті, що договір як такий, призначений саме для врегулювання цивільних відносин і сам виступає їх регулятором. У сьогоденних умовах він виступає ідеальною формою активності всіх учасників цивільного обороту.

Важливим елементом договорів є наявність сторін, в якості правосуб'єктних осіб з належною правочинопдатністю, оскільки не у всіх випадках дозволяється застосування інституту представництва.

Беручи до уваги принцип свободи договору, у приватних цивільних відносинах його добровільність стосується не лише питання його укладення, але й усіх інших стадій та динаміки.

Класифікація договорів відбувається за різними критеріями, які достатньо висвітлені у підручникових та монографічних виданнях, однак достатньо проблемними є питання класифікації у внутрішній структурі договорів, беручи до уваги, що завдяки Цивільному кодексу України 2003 р. надано широкі можливості для укладення змішаних договорів. Навіть питання традиційного поділу договорів на консенсуальні та реальні підлягають подальшому їх науковому аналізу та обґрунтуванню.

Механізм правового регулювання договірних відносин виступає специфічний “ланцюг” зміни окремих правових явищ, таких як: норма права (що врегульовує дане конкретне цивільне правовідношення): юридичний факт (чи їх сукупність): цивільні права та обов'язки, зокрема і цивільна відповідальність у контексті цивільного захисту (як саме результат-наслідок дії норми права та юридичного факту). Перші і головним елементом виключного значення механізму правового регулювання договірних відносин є саме нормативна основа (норма права, як юридичний факт, що визначає поведінковий аспект договірної правовідносини). У якості такої норми є норми статутного цивільного права (встановлені державою), та (або) створювані самими учасниками цивільних відносин норми договірної цивільного права. Їх сукупність і є базою для процесу впорядкування договірних цивільних відносин.

Наявність норми права, у поєднанні з встановленими нормами самими учасниками договірних відносин, вимагають визначення співвідношення між нормативним (державним) та саморегулюванням (індивідуальним регулюванням договірних відносин). Чинний Цивільний кодекс України надає провідного значення саме саморегулюванню договірних відносин. Державне ж регулювання розглядається лише щодо випадків, коли учасники договірної правовідносини не можуть чи не хочуть самостійно врегульовувати його, або є вимога безпосереднього застосування саме нормативного акта. Оскільки сфера застосування саморегулювання за своїм змістом має оцінювальний характер, тому в основі співвідношення нормативного та індивідуального регулювання договірних відносин

необхідно в основу такого співвідношення ставити вимоги цивільного кодексу стосовно меж здійснення цивільних прав:

- здійснення суб'єктом цивільних прав повинно відбуватись у межах, які надані особі договором чи актом цивільного законодавства;
- забезпечувати обов'язок утримання від дій, які могли б порушувати права інших осіб, завдати шкоди довкіллю чи культурній спадщині;
- заборона особі вчиняти дії з наміром завдати шкоди іншій особі, а також зловживання правом в інших формах;
- необхідність додержуватись моральних засад суспільства;
- неприпустимість використання цивільних прав з метою неправомірного обмеження конкуренції, недобросовісної конкуренції чи зловживання монопольним становищем.

Окремо необхідно відмітити про наявність у договірних відносинах категорії ризику. Ризик є універсальним загальносоціальним явищем, сфера якого поширюється на всі види соціальних відносин. Його суть полягає у можливості настання небезпеки на умовах ймовірності та випадковості. Складовою категорії ризику є **юридичний ризик**. Він є компонентом, який включений до умов цивільного зобов'язання чи професійної діяльності у вигляді можливості настання юридичного факту, який може настати або не настати і в разі його настання можуть виникнути негативні економічні результати.

Юридичні ризики слід розглядати як умови чи елементи договірного правовідношення. За своєю суб'єктивною спрямованістю юридичний ризик у договорі може стосуватися будь якої приватної особи чи мати публічний характер.

Категорія договору у системі зобов'язальних правовідносин займає достатньо високу питому вагу. Важливим є те, що суб'єкти договірного правовідношення були наділені повною цивільною правосуб'єктністю в тому числі цивільною правочиноздатністю з метою зменшення застосування представництва. Договір за своєю правовою суттю виступає як локальний нормативний акт, який діяв в часі, просторі та колом осіб, які приймають участь у договірному правовідношенні, тому договір одночасно виступає як локальний нормативний акт приватного цивільного права та юридичним фактом в силу якого виникають, змінюються та припиняються цивільні правовідносини. Класифікуючи договори варто відмітити, що набувають поширення договори з змішаним змістом. Беручи до уваги зміст принципу свободи договору важливим є дотримання співвідношення між нормативним та індивідуальним регулюванням правовідносин. Мінімізація наслідків настання юридичних ризиків може здійснюватися шляхом деталізації договірних умов, які встановлюються самими учасниками договірного правовідношення.

#### *Список використаних джерел*

1. Цивільний кодекс України. – К. : Атіка, 2016.
2. Цивільний процесуальний кодекс України. – К. – 2018.
3. Аномалії в цивільному праві України : навчально-практичний посібник; за ред. Р. А. Майданика. – К. : Юстініан. – 2007. – 912 с.
4. Ромовська З. В. Українське цивільне право. Книга 1. – К. – 2014 р.
5. Федик С. І., Федик С. С. Проблеми правового регулювання договірних відносин : навчальний посібник. – Львів : ЛТЕУ, 2016.

**ДОГОВОРИ ПРО НЕРОЗГОЛОШЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ NDA ТА  
ДОГОВОРИ ПРО НЕКОНКУРЕНЦІЮ NCA – ЇХ ВАЖЛИВІСТЬ ДЛЯ ЗАХИСТУ  
БІЗНЕСУ, СУПЕРЕЧЛИВІСТЬ З КОНСТИТУЦІЄЮ УКРАЇНИ, ОСНОВНІ ПРАВОВІ  
АСПЕКТИ**

Договір про неконкуренцію (NDA) широко застосовується в правовій системі США. У зв'язку з розвитком економіки в Україні, а особливо динамічним розвитком сфери IT технологій та виходу на міжнародні ринки, заснування договору про неконкуренцію постало і в Україні. Суть цього договору полягає в захисті роботодавця від “крадіжки ідей” проекту працівником та/або “крадіжки” клієнтів компанії та співпраці на пряму. У формулюванні таких договорів часто використовують “заборона займатися аналогічною діяльністю до діяльності компанії, брати участь в проєктах аналогічних до проєктів компанії, співпрацювати з клієнтами компанії”. Проте, застосування цього договору в Україні виникає ряд дискусій, оскільки згідно статті 48 Конституції України кожен має право на працю, а обмеження встановлені договором про не конкуренцію порушують це право.

Взаємодоповнюючим договором до договору про неконкуренцію є договір про нерозголошення комерційної таємниці (NCA). За допомогою цього договору роботодавець захищає себе від розголошення комерційної таємниці, винаходів, ідей, проєктів над якими працює або хоче працювати. Оскільки використання об'єктів інтелектуальної власності в сучасному світі є дуже прибутковою діяльністю, правові аспекти договору про нерозголошення набувають великої ваги і можуть захистити власника навіть від втрати компанії. При укладенні такого роду договорів слід звертати увагу на визначення інформації, яка вважається конфіденційною, право, яке регулює відносини за цим договором, а також види відповідальності за порушення договору про нерозголошення.

Договори про не конкуренцію та нерозголошення є новинкою для української правової системи, проте, зважаючи на те, що дуже часто вони є ефективними інструментами захисту власниками свого бізнесу, правові аспекти складення таких договорів набувають все більшої ваги та актуальності.

## СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ

### СЕКЦІЯ 1 “ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО”

**Анопій В. В.**

д.е.н. професор

Львівський торговельно-економічний університет

#### **ШИРОКОМАСШТАБНА КОНЦЕНТРАЦІЯ В ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ**

За своєю сутністю концентрація в роздрібній торгівлі являє економічну форму організації торговельної діяльності, яка передбачає зосередження зростаючих обсягів продаж товарів і послуг на порівняно великих підприємствах або на обмежених територіях. У першому випадку відбувається укрупнення торговельних підприємств і концентрація в них значних обсягів товарних ресурсів і запасів – товарна; концентрація – у другому – зосередження значної кількості торгових об’єктів на обмеженій території – територіальна концентрація. Таким чином, концентрація проявляється у двох видах – територіальна і товарна (функціональна).

Територіальна концентрація характеризується інтенсивним розвитком і функціонуванням різнопрофільних торговельних підприємств у межах окремих поселень, адміністративних районів, зон. Щільність торговельних об’єктів залежить від кількості населення, розміру доходу, потоків покупців, сприятливості економічних умов та ін. В Україні найбільша концентрація підприємств спостерігається у великих містах (обласних центрах), розвинутих регіонах, густонаселених поселеннях.

Так, в Києві, Одесі, Дніпропетровську, Донецьку, Харкові, Львові щільність (кількість підприємств торгівлі на 10 кв. км у 10-15 разів перевищує аналогічний показник середніх міст. Значний контраст у концентрації роздрібної мережі спостерігається між містом і селом. Середній радіус обслуговування одним магазином у місті не перевищує 200-300 м, а на селі – 3-4 км.

Територіальна концентрація багатоваріантна, тому слід відрізнити декілька різновидів територіальної концентрації роздрібної торгівлі.

– регіональна концентрація тобто зосередження торгівлі, переважно, в окремих регіонах;

– територіальна концентрація, яка проявляється у зосередженні потенціалу торгівлі та торговельної діяльності в містах, селищах міського типу або на селі;

– внутрішньотериторіальна концентрація характеризується інтенсивним розвитком торгівлі у великих містах і селах у порівнянні з малими містами і дрібними сільськими населеними пунктами.

Другий вид концентрації торгівлі – товарна. Її суть полягає у зосередженні товарних ресурсів і товарообороту в великих об’єктах торгівлі: торговельних центрах, торговельних комплексах, супермаркетах, гіпермаркетах та інших типах.

Концентрація торгівлі розвивається переважно під впливом регіональних соціально-економічних чинників та особливостей:

- територіальний поділ праці;
- соціально-економічна політика держави;
- ємність споживчого ринку;
- наявні доходи населення;
- інституціональне середовище.

В останні роки значний вплив на темпи і масштаби концентрації здійснюють також процеси глобалізації товарних ринків та інтернаціоналізація вітчизняної торгівлі.

Проте, роздрібна мережа розташована переважно у містах та селищах міського типу. В сільській місцевості функціонують близько 20 % об'єктів торгівлі, а торговельна площа не перевищує 10 % загальної площі магазинів України. Це означає, що забезпеченість сільського населення торговельними об'єктами і площами неприпустимо низькі. Розрив між товарооборотом на одного сільського жителя сягає 4,5 разів у порівнянні з міськими жителями.

*Поряд з територіальною концентрацією прискорено розвивається товарна концентрація, яка проявляється у зосередженні величезних товарних ресурсів в нових форматах роздрібною мережі і типах підприємств торгівлі та інтенсифікації асортименту товарів в традиційних об'єктах торгівлі.*

Укрупнення магазинів, як індикатор концентрації характерний для всіх секторів і сегментів роздрібною торгівлі. Цей процес виражається в структурних змінах типів підприємств торгівлі. Йдеться, насамперед, про нові типи підприємств і пріоритетний розвиток мережевої торгівлі, до складу яких входять крупні магазини: універмаги, торговельні центри, супермаркети, гіпермаркети, суперстори вітчизняних і зарубіжних фірм і це можна вважати новим напрямом товарної концентрації у внутрішній торгівлі.

Найбільш широка мережа крупноформатних магазинів у сфері торгівлі продтоварів належить вітчизняним структурам: АТБ-Маркет (супермаркети і магазини біля дому), "Фоззі" (сітка "Сільпо", "Фора", "Фоззі"), "Фуршет" ("Фуршет", "Фуршет гурман"), "Амстер" (супермаркети), "Таврія" (супермаркети), "Арсен" (супермаркети), "Вопак" (супермаркети) та ін.

У сфері торгівлі непродтоварами успішно розвиваються мережі таких операторів, як: "Фоксторт", "Ельдорадо", "Епіцентр", "MeraMax".

В останні роки прискорено розвиваються крупноформатні підприємства зарубіжних фірм: Metro Cash&Carry (Німеччина), Billa (Австрія), Aushan Novus (Франція-Англія).

Масштаби крупноформатних підприємств не великі за кількістю, проте в товарообороті вони посідають значне місце.

**Башнянин Г. І.**  
д.е.н., професор,  
**Шевчик Б. М.**  
к.е.н., доцент,  
**Зав'ялова О. Р.**  
старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІНТЕГРАЛЬНА ДИНАМІЧНА КАПІТАЛІЗАЦІЙНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

Інтегральна динамічна капіталізаційна ефективність відображає вплив капіталізації на економічну ефективність функціонування господарських систем за значний чи осяжний період часу.

Зауважимо, що у процесі визначення інтегральної динамічної капіталізаційної ефективності ми повинні взяти до уваги не один з типів динамічного капіталізаційного ефекту, що формуються в певній господарській системі у відповідному проміжку часу, а весь капіталізаційний ефект, який є наслідком розвитку капіталізаційних процесів або за весь період функціонування певної системи (такий період дуже часто неможливо визначити практично, бо не можемо передбачити, коли "зупинить" своє існування та чи інша економічна система), або за осяжний період (який може бути визначений практично і за основу такого його визначення можна, наприклад, взяти активний період життя господарюючих суб'єктів – підприємств, бізнесменів, державних діячів, тобто приблизно 30-40 років), або за значний період, який в різних економічних системах може мати різну астрономічну тривалість (наприклад, від 10 до 30 років.). Можна, звичайно, дану проблему

аналізувати і за значніший період часу, який явно виходить за межі активного ділового життя суб'єктів господарювання (наприклад, 60-100 років), але тоді результати такого аналізу будуть малопрактичними, вони матимуть низьку цінність при формуванні певної інвестиційної поведінки тих чи інших суб'єктів господарювання. Тобто, якщо ми у результаті емпіричного і прогнозичного аналізу вказаної проблеми виявимо, наприклад, що капіталізація через 100 років буде дуже і дуже високоефективна, то це ніяк не вплине на реальну інвестиційну (наприклад) політику на певний і навіть значний, але осяжний проміжок часу.

З кількісної точки зору визначити інтегральну динамічну капіталізаційну ефективність досить просто. Достатньо співставити величини приросту капіталізаційних ефектів відповідних типів і змін масштабів капіталізації, тобто:

$$E^{kid} = d \sum E_i^k : d \sum K_i, \quad (1)$$

де  $E_i^k$  – капіталізаційний ефект періоду часу  $i$  ( $i = 1, n$ );  $K_i$  – масштаби капіталізації періоду часу  $i$  ( $i = 1, n$ ).

Вищий чи високий аналіз інтегральної динамічної капіталізаційної ефективності передбачає опору на вищі методологічні підходи і відповідну типологізацію зазначеного економічного параметра, а саме: ми маємо принципову можливість виділити принаймні чотири його типи.

*Тут 1.* Інтегральна квазидинамічна капіталізаційна ефективність, яка відображає загальний вплив капіталізації на економічний розвиток за весь короткотривалий ринковий період.

$$E^{kikd} = d (E^{kp} + E^{kn}) : d (K^{ktrp}), \quad (2)$$

де  $E^{kikd}$  – квазидинамічна інтегральна капіталізаційна ефективність економічних систем;  $E^{kp}$  – поточний капіталізаційний ефект, що проявляється у гіперкороткотривалому ринковому періоді;  $E^{kn}$  – найближчий капіталізаційний ефект, що формується за межами гіперкороткотривалого періоду, але в рамках власне короткотривалого;  $K^{ktrp}$  – масштаби капіталізації у короткотривалому ринковому періоді.

*Тут 2.* Інтегральна динамічна капіталізаційна ефективність, яка відображає загальний вплив капіталізації на економічний розвиток за весь довготривалий ринковий період. З суто кількісного боку вона може бути визначена не співвідношенням віддаленого капіталізаційного ефекту і відповідних масштабів капіталізації, як це мало місце за умови елементарного трактування даного типу капіталізаційної ефективності, а як співвідношення величин приросту арифметичної суми поточного, найближчого і віддаленого капіталізаційного ефекту і відповідних масштабів капіталізації у короткотривалому і довготривалому ринкових періодах.

$$E^{kid} = d (E^{kp} + E^{kn} + E^{kb}) : d (K^{ktrp} + K^{dtrp}), \quad (3)$$

де  $E^{kid}$  – динамічна інтегральна капіталізаційна ефективність економічних систем;  $E^{kp}$ ,  $E^{kn}$ ,  $E^{kb}$  – капіталізаційні ефекти, відповідно, поточний, найближчий і віддалений;  $K^{ktrp}$  і  $K^{dtrp}$  – масштаби капіталізації у, відповідно, короткотривалому і довготривалому ринкових періодах.

*Тут 3.* Інтегральна гіпердинамічна капіталізаційна ефективність, що відображає загальний вплив капіталізації на економічний розвиток за весь гіпердовготривалий ринковий період (у його високому чи вищому розумінні). Визначається вона в метрологічному плані також дуже просто.

$$E^{кід} = d(E^{кп} + E^{кн} + E^{кв} + E^{кгв}) : d(K^{ктрп} + K^{дтрп} + K^{ддтрп}), \quad (4)$$

де  $E^{кід}$  – гіпердинамічна інтегральна капіталізаційна ефективність економічних систем;  $E^{кп}$ ,  $E^{кн}$ ,  $E^{кв}$ ,  $E^{кгв}$  – капіталізаційні ефекти, відповідно, поточний, найближчий, віддалений і гіпервіддалений;  $K^{ктрп}$ ,  $K^{дтрп}$ ,  $K^{ддтрп}$  – масштаби капіталізації у, відповідно, короткотривалому, довготривалому і гіпердовготривалому ринкових періодах.

*Тун 4.* Метагіпердинамічна інтегральна капіталізаційна ефективність, що відображає вплив капіталізації на економічний розвиток за весь метагіпердовготривалий ринковий період (у його, звичайно, високому чи вищому трактуванні). Вона визначається за такою схемою, як і попередні три типи інтегральної капіталізаційної ефективності, тобто:

$$E^{кмгд} = d(E^{кп} + E^{кн} + E^{кв} + E^{кгв} + E^{кмгв}) : d(K^{ктрп} + K^{дтрп} + K^{ддтрп} + K^{мгдтрп}), \quad (5)$$

де  $E^{кмгд}$  – метагіпердинамічна капіталізаційна ефективність економічних систем;  $E^{кп}$ ,  $E^{кн}$ ,  $E^{кв}$ ,  $E^{кгв}$ ,  $E^{кмгв}$  – капіталізаційні ефекти, відповідно, поточний, найближчий, віддалений, гіпервіддалений і метагіпервіддалений;  $K^{ктрп}$ ,  $K^{дтрп}$ ,  $K^{ддтрп}$ ,  $K^{мгдтрп}$  – масштаби капіталізації у ринкових періодах, відповідно, короткотривалому, довготривалому, гіпердовготривалому і метагіпердовготривалому.

Перехід від нижчого до вищого типу інтегральної динамічної капіталізаційної ефективності (від квазідинамічної до динамічної, гіпердинамічної і метагіпердинамічної) означає одночасно і перехід від неточного до точного метрологічного відображення даного параметра (від менш точного до більш точного). Це дає підстави виділити ще й так звані метрологічні типи інтегральної динамічної капіталізаційної ефективності економічних систем.

По-перше, це гіпоточна (незначна чи слабо точна, дуже неточна чи гіпернеточна) капіталізаційна ефективність, яка має місце тоді, коли при визначенні її рівня ми враховуємо поточний і найближчий капіталізаційні ефекти, а всі інші, віддаленіші в часі, пропускаємо. Такою гіпернеточною (чи гіпоточною) є квазідинамічна капіталізаційна ефективність. По-друге, це квазіточна (або квазинеточна) капіталізаційна динамічна ефективність, при визначенні якої ми ще не враховуємо капіталізаційні гіпервіддалені і метагіпервіддалені ефекти, однак вже враховуємо власне віддалені ефекти. По-третє, це умовно-точна (або майже точна) капіталізаційна ефективність, коли вже враховується і гіпервіддалений капіталізаційний ефект, але ще не враховується ефект метагіпервіддаленого порядку. Такою умовно-точною є, звичайно, гіпердинамічна інтегральна капіталізаційна ефективність. І, по-четверте, точна або гіперточна капіталізаційна ефективність, при метрологічному визначенні якої враховується метагіпервіддалений ефект, тобто практично весь ефект капіталізації за осяжний період часу. Гіперточним може вважатися параметр метагіпердинамічної капіталізаційної ефективності.

Щоб регуляційна політика держави та інвестиційна поведінка суб'єктів господарювання була оптимальна чи раціональна, слід, щоб вона базувалася на визначенні параметра гіперточної капіталізаційної ефективності динамічного порядку. В усіх інших випадках вона буде оптимальна лише в межах певного ринкового періоду, а за його межами – неоптимальною, незбалансованою. Крім того, щоб метрологічне відображення інтегральної динамічної капіталізаційної ефективності було максимально точним для її відповідного типу, слід дотримуватися високої (вищої) методології її визначення (тобто капіталізаційні ефекти сумувати “з наростаючим підсумком”). А за використання елементарної методології похибка для відповідних типів інтегральної динамічної капіталізаційної ефективності становитиме:

– для квазідинамічної інтегральної капіталізаційної ефективності:

$$П = E^{кід} - E^{к-ктрп}, \quad (6)$$

де  $\Pi$  – похибка у кількісному визначенні квазидинамічної інтегральної капіталізаційної ефективності за умови використання елементарної (нижчої) методики її виміру;  $E^{\text{кід}}$  – квазидинамічна інтегральна капіталізаційна ефективність, вирахована за вищою методикою;  $E^{\text{к-дтрп}}$  – короткотривала капіталізаційна ефективність (обрахована за нижчою методологією);

– для динамічної інтегральної капіталізаційної ефективності:

$$\Pi = E^{\text{кід}} - E^{\text{к-дтрп}}, \quad (7)$$

де  $\Pi$  – похибка у кількісному визначенні динамічної інтегральної капіталізаційної ефективності за умови використання елементарної (нижчої) методології її виміру;  $E^{\text{кід}}$  – динамічна інтегральна капіталізаційна ефективність, вирахована за високою методологією;  $E^{\text{к-дтрп}}$  – довготривала капіталізаційна ефективність, обрахована за нижчою методологією;

– для гіпердинамічної капіталізаційної ефективності:

$$\Pi = E^{\text{кід}} - E^{\text{к-дтрп}}, \quad (8)$$

де  $\Pi$  – похибка у кількісному визначенні гіпердинамічної інтегральної капіталізаційної ефективності за умови використання елементарної (нижчої) методології її виміру;  $E^{\text{кід}}$  – гіпердинамічна інтегральна капіталізаційна ефективність, вирахована за вищою методологією;  $E^{\text{к-дтрп}}$  – гіпердовготривала капіталізаційна ефективність, обрахована за нижчою методологією;

– для метагіпердинамічної капіталізаційної ефективності:

$$\Pi = E^{\text{кід}} - E^{\text{к-дтрп}}, \quad (9)$$

де  $\Pi$  – похибка у кількісному визначенні метагіпердинамічної інтегральної капіталізаційної ефективності за умови використання елементарної (нижчої) методології її виміру;  $E^{\text{кід}}$  – метагіпердинамічна інтегральна капіталізаційна ефективність, вирахована за вищою методологією;  $E^{\text{к-дтрп}}$  – метагіпердовготривала капіталізаційна ефективність (обрахована за нижчою методологією).

#### Список використаних джерел

1. Башиянин Г. І. Капіталізація економічних систем: поняття, типи, ефективність / Г. І. Башиянин, Ю. І. Турянський, Н. Я. Юрків. – Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць. – Вип. 22.1. – Львів : НЛТУУ, 2012. – С. 148-154.
2. Капіталізація підприємств: теорія і практика: монографія / под ред. И. Булеева, Н. Брюховецкой. – Донецьк, 2011. – 328 с.
3. Методологічні основи оцінки рівня капіталізації суб'єктів господарювання: монографія / М. А. Козоріз, С. А. Давимука, О. М. Люткевич та ін. / за ред. М. А. Козоріз. – Львів : Вид-во ІРД НАНУ, 2008. – 290 с.

**Мищенко Н. Г.**

д.е.н., професор,

**Гадада В. Г.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ФУНКЦІОНУВАННІ ІНТЕГРОВАНІХ СИСТЕМ

Центральне місце в системі логістики відіграють процеси руху матеріального потоку, необхідними умовами існування якого є, по-перше, наявність певної (достатньо значної) кількості об'єктів (елементарних одиниць продукції, сировини, товарів тощо), над якими

виконуються певні дії, що забезпечують їх рух у просторі та часі (логістичні операції), по-друге, виконання цих дій протягом достатньо тривалого періоду часу на засадах неодноразовості самого виконання даних дій, в результаті чого процеси переміщення значущих об'єктів набувають повторюваності, циклічності, систематичності, системності. Оперативне завдання логістичного менеджменту полягає у розміщенні сировини, незавершеної та готової продукції в місцях їх отримання, виготовлення, споживання з таким розрахунком, щоб обсяги їх запасів відповідали потребам відповідного підприємства – учасника інтегрованої системи, що є проміжним споживачем у логістичному ланцюгу, або ж фізичної особи – кінцевого споживача, і при цьому їх зберігання обумовлювало б виникнення мінімально можливих витрат, пов'язаних з організацією та управлінням матеріальними потоками.

Сукупність матеріальних (і пов'язаних з ними інформаційних, фінансових, сервісних) потоків у межах інтегрованої системи та комплекс процесів просування матеріальних цінностей у зазначеній системі разом з необхідними для їх здійснення запасами та технічною інфраструктурою є основними об'єктами логістичного менеджменту. При цьому роль та ефективність логістичного менеджменту полягають не лише і не стільки в мінімізації логістичних витрат, скільки в наданні бізнесу суттєвих конкурентних переваг за рахунок зміни концепції та стратегії його здійснення відповідно до засад логістичного менеджменту шляхом оптимізації головних бізнес-процесів.

Як показав проведений аналіз праць вітчизняних та зарубіжних науковців, існують різні підходи щодо трактування терміну “логістичний менеджмент” та його генези. Його інтерпретують як бізнес-логістику, дистрибуцію, систему швидкого реагування, фізичний розподіл, промислово логістику, управління каналами постачань, матеріальний менеджмент, управління ланцюгами постачань, тощо. Разом з тим, загальновізнано, що в основу логістичного менеджменту покладено т. зв. логістичний підхід, який передбачає “вдосконалення управління матеріальними потоками на основі системного підходу та теорії економічних компромісів для отримання синергетичного ефекту”, “.організацію і управління потоковими процесами в економічній діяльності на основі побудови логістичних систем і ланцюгів з метою оптимізації потоків товарно-матеріальних цінностей у взаємозв'язку з інформаційними, фінансовими і сервісними потоками” [1, с. 11, 29-30]. Л. Фролова наголошує на тому, що “...специфіка логістичного підходу у сферах виробництва та обігу полягає у виділенні єдиної функції управління матеріальними потоками та інтеграції окремих ланок товаропровідного ланцюга в єдину систему” [1, с. 11, 29-30].

За твердженням А. Чудакова [2], логістичний підхід передбачає, що: об'єктом логістики є єдиний потоковий процес руху матеріальних ресурсів, над якими виконуються т. зв. логістичні операції; оптимізація руху матеріальних та відповідних їм інформаційних, фінансових та інших потоків забезпечується завдяки інтеграції діяльності всіх учасників операцій з даними потоками із створенням логістичних ланцюгів і логістичних систем; визначальною умовою при побудові логістичних формувань є орієнтація на інтереси кінцевого споживача. Дані положення формують підґрунтя концепції логістики (на наш погляд, точніше визначати її як концепцію логістичного менеджменту), основною метою якої є задоволення потреб конкретних споживачів шляхом доставки продукції за принципом “just in time” при мінімальних витратах трудових і матеріальних ресурсів. Реалізація зазначеної мети передбачає досягнення відповідності логістичної діяльності всіх підприємств – учасників інтегрованої системи з постачання елементів матеріального потоку в логістичному ланцюгу т. зв. “правилам (вимогам, умовам) логістики”, які традиційно визначались як “6R (rights)”: “вантаж”, “якість”, “кількість”, “місце”, “час”, “витрати”, але в сучасному варіанті доповнюються також умовами “споживач”, “персоналізованість”, “сервіс”.

Підкреслимо, що система поглядів щодо принципів, які визначають характер та спрямованість управлінських рішень з реалізації функцій планування, організації, контролю, регулювання матеріального потоку та загалом логістичної діяльності підприємств – учасників інтегрованої системи, а також способів, прийомів, порядку і процедур імплементації зазначених рішень в практику їх господарської діяльності, на наш погляд, має бути визначена

як концепція логістичного менеджменту. До концептуальних положень логістичного менеджменту слід віднести:

- реалізацію системного підходу під час аналізу та моніторингу логістичних ланцюгів і логістичних систем, координацію та узгодження функцій підприємств – учасників інтегрованої системи по досягненню спільної мети;

- індивідуалізацію вимог щодо засобів і знарядь праці, задіяних у логістичних процесах, відповідно до специфіки матеріального потоку;

- спроможність інтегрованих систем до адаптації в умовах невизначеності зовнішнього середовища шляхом використання методологічного апарату логістичного менеджменту;

- облік логістичних витрат в розрізі кожної логістичної функції на всій довжині логістичного ланцюга для кожної складової матеріального потоку і їх врахування під час прийняття управлінських рішень;

- створення сприятливих умов праці на кожному робочому місці у межах логістичного ланцюга, гуманізацію технологічних процесів, запобігання шкідливому впливу інтегрованої системи на зовнішнє середовище;

- розвиток логістичного сервісу, орієнтованого на споживача, забезпечення гнучкості, надійності та високої якості логістичних процесів.

Необхідність використання логістичної концепції в управлінні інтегрованими системами диктується сучасним баченням традиційно відокремлених функцій господарської діяльності (заготівлі та закупівлі сировини й матеріалів, виробництво готової продукції, управління тарним господарством, пакування продукції, складування продукції, організація збуту продукції, транспортування продукції, стимулювання продажу, інформаційне забезпечення тощо) як елементів єдиного інтеграційного процесу.

Основою для забезпечення адекватності управлінських рішень вимогам практики організації логістичної діяльності мають бути: орієнтація на матеріальні потоки як на вихідний пункт для створення логістичних ланцюгів та логістичних систем (згідно сучасної парадигми логістики, яка отримала назву “інтегрально” саме матеріальний потік є основним інтегратором логістичної діяльності всіх підприємств – учасників інтегрованої (логістичної) системи; актуалізація питань оптимізації матеріальних потоків, підвищення їх швидкості при збереженні функціональних параметрів та покращенні економічних результатів підприємств – учасників; можливість децентралізації окремих логістичних функцій та їх автономне виконання за умови гарантування досягнення загального критерію оптимізації інтегрованої (логістичної) системи та її ефективності.

Наголосимо, що найбільш важливими принципами логістичного менеджменту слід вважати: системність; комплексність; координацію дій усіх ланок логістичної системи; інтеграційність зв'язків; впровадження ефективної інформаційної бази; адаптованість. Безпосередньо реалізацію зазначених принципів під час формування та розвитку інтегрованих систем покликана забезпечувати методологія логістичного менеджменту.

Отже, сутність логістичного менеджменту слід розглядати як систему управління, яка на засадах логістичного підходу об'єднує, координує та оптимізує комплекс логістичних дій управлінського персоналу функціональних ланок інтегрованої системи, а також забезпечує інтеграцію логістичної діяльності підприємств – учасників та інших контрагентів у процесі здійснення та управління потоками на всій довжині логістичного ланцюга “постачання – виробництво – збут” у межах логістичної системи.

Основний економічний ефект від застосування логістичного менеджменту утворюється за рахунок: зниження запасів до оптимальних на всіх ділянках руху матеріального потоку та у всіх ланках логістичного ланцюга, що дозволяє вивільнити іммобілізовані фінансові ресурси та скоротити витрати на утримання запасів; скорочення тривалості руху кожного елемента матеріального потоку від початкової до завершальної ланки логістичного ланцюга шляхом чіткого планування, організації та інтеграції окремих етапів (завдяки цьому скорочується тривалість виробничо-логістичного циклу руху

матеріалів та досягається зростання оборотності виробничого капіталу); зменшення транспортних витрат внаслідок більш ефективного використання транспортних засобів та вибору оптимальних схем матеріало- та товаропросування (в результаті чого знижується собівартість продукції (товарів) та зростає її конкурентоспроможність); скорочення частки ручної праці через оптимізацію транспортно-технологічних схем опрацювання вантажів.

**Список використаних джерел**

1. Фролова Л. В. *Механізми логістичного управління торговельним підприємством : монографія / Л. В. Фролова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 322 с.*
2. Чудаков А. Д. *Логістика / А. Д. Чудаков. – М. : Изд-во РДЛ, 2001. – 480 с.*

**Мишук І. П.**  
д.е.н., професор,  
**Алмаші Ю. Ю.**  
аспірант,  
**Дубина М. О.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

**ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ КОМЕРЦІЙНОГО ТА ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ АГРАРНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ СУБ'ЄКТАМИ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

В сучасних умовах одним з драйверів економічного зростання України виступає сектор сільськогосподарського виробництва, в якому значну частину складають дрібні товаровиробники, а реалізація продукції об'єктивно вимагає залучення суб'єктів оптової торгівлі. Оптова торгівля як частина процесу товарного обігу призначена для закупівлі товарів великими партіями з метою їх подальшого продажу; вона передбачає діяльність із доведенню товарів (продажу та надання відповідних послуг) від постачальників до тих, хто отримує їх з метою перепродажу або професійного використання у виробничому процесі (підприємств роздрібно торгівлі та інших споживачів). При цьому торговельну діяльність суб'єктів оптової торгівлі в сучасних умовах прийнято розглядати як комплекс взаємопов'язаних функціональних груп бізнес-процесів (комерційні із закупівлі товарів та надання послуг постачальникам; комерційні з реалізації товарів і надання послуг покупцям; логістично-виробничі; фінансові), які здійснюються у певній послідовності та у своїй сукупності складають даний вид діяльності [1].

За даними офіційної статистики, в 2016 р. в Україні діяло 34,6 тис. підприємств, основним видом економічної діяльності яких була оптова торгівля; при цьому лише за останні 3 роки (2014-2016 рр.), як видно з табл. 1, кількість підприємств оптової торгівлі скоротилася на 5,9 тис. од або на 14,6% проти показника 2014 р.

*Таблиця 1*

**Основні параметри оптової торгівлі України в секторі юридичних осіб в 2014-2016 рр. (розраховано за [2])**

Показники	Роки			2016 р. до			
	2014	2015	2016	2014 р.		2015 р.	
				+-	%	+-	%
Кількість підприємств оптової торгівлі, тис. од	40,5	36,7	34,6	-5,9	85,4	-2,1	94,3
Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі (без ПДВ і акцизу), млрд. грн	988,0	1244,2	1556,0	568,0	157,5	311,8	125,1
Оптовий товарооборот підприємств оптової торгівлі (без ПДВ і акцизу) в порівнянних цінах, млрд. грн	988,0	913,9	956,9	-31,1	96,9	43,0	104,7
Обсяг оптового товарообороту в середньому на одне підприємство, млн. грн	24,4	33,9	45,0	20,6	184,4	11,1	132,7

Як видно з табл. 1, оптовий товарооборот у сегменті підприємств оптової торгівлі України в 2016 р. становив 1556 млрд. грн, що у порівнянних цінах більше на 4,7 % від обсягу 2015 р.; проте, відносно 2014 р. у порівнянних цінах оптовий товарооборот 2016 р. складав лише 96,4 %. Актуальними проблемами розвитку оптової торгівлі в Україні є значна частка суб'єктів оптової торгівлі з вкрай низькими обсягами оптової реалізації товарів, недостатня збалансованість структури оптового товарообороту, регіональний дисбаланс розвитку оптової торгівлі (понад 51 % в загальному обсязі оптового товарообороту 2016 р. припадає на м. Київ, де зареєстровані найкрупніші оптові торговці України, в той час, як в 11 регіонах цей показник не перевищує 1,0 %). В аспекті нашого дослідження заслуговують уваги ще й проблеми ускладнення розвитку суб'єктів малого підприємництва в секторі спеціалізованої оптової торгівлі аграрною продукцією, де торговельну діяльність здійснює значна частина суб'єктів оптової торгівлі – приватних підприємств.

Проведений аналіз особливостей провадження оптової торгівлі суб'єктом малого підприємництва на спеціалізованому ринку продукції рослинництва на прикладі одного з таких оптових торговців (який на умовах другої групи спрощеної системи оподаткування здійснює спеціалізовану оптову торгівлю фруктами й овочами) показав, що, попри існування значного потенціалу аграрного виробництва як джерела товарних ресурсів для виробничо-переробного комплексу та торгівлі, значна частина оптових закупівель таких товарів проводиться за межами власного регіону, що обумовлює потребу в організації логістичних процесів від багатьох територіально розосереджених джерел постачання та підвищує роль транспортної і складської логістики як інструментів підтримки комерційної діяльності зазначеного суб'єкта оптової торгівлі. Як показало дослідження, особливістю здійснення торговельної діяльності такого оптового торговця є практично одноосібне виконання суб'єктом підприємництва комерційної роботи з оптових закупівель продукції рослинництва та її оптового продажу в поєднанні з використанням орендованих складських приміщень для зберігання реалізовуваних товарів та виконання пов'язаних з ним операцій логістичного характеру (самостійне завезення частини товарів від постачальників, розвантажування, приймання, фасування, формування реалізовуваних партій, їх завантажування та централізоване завезення) в умовах мінімізації наймання залученого персоналу для забезпечення торговельних і логістичних процесів.

Використання складської ланки у комплексі процесів товаропросування, як відомо, дозволяє здійснювати кількісно-якісні трансформації товарних потоків під час виконання операцій складського зберігання товарів, призначених для оптової реалізації оптовим покупцям. Проте, особливості застосовуваної бізнес-моделі даного оптового торговця не сприяють забезпеченню комплексного складського опрацювання закуповуваної товарної маси і ефективності використання складського господарства через:

- недостатність обсягів закупівель і відповідного надходження товарів;
- відсутність інструментарію управління запасами та регламентації складських процедур;
- неповне використання потужностей орендованих складів в умовах суттєвого падіння обсягів оптової реалізації товарів, що формують асортиментний профіль торговця;
- застосування орієнтованих на ручну працю складських технологій в умовах відсутності сучасної складської техніки;
- реалізацію значної частини товарів на умовах самовивезення оптовими покупцями;
- наростання випадків епізодичних зривів графіків роботи складського господарства (обумовлених суміщенням посад та мінімізацією чисельності складського персоналу) тощо.

Значною мірою ці проблеми обумовлюються неналежним рівнем комерційного та маркетингового забезпечення оптової торговельної діяльності, традиційно притаманного для суб'єктів малого торговельного підприємництва і пов'язаного з відсутністю повноцінних, відповідальних за організацію маркетингових досліджень, планування торговельної діяльності, здійснення комерційної роботи функціональних підрозділів. Поряд з цим має

місце орієнтація суб'єкта торговельного підприємництва на здійснення оптових закупівель як від товаровиробників, так і від оптових торговців (в т. ч. на оптових ринках сільгосп-продукції) з використанням власного транспортного засобу (обмеженої вантажності) для вивезення закупленої продукції, придбання і закладання на тривале складське зберігання значних обсягів аграрної продукції в сезон збирання врожаю (для мінімізації закупівельних цін), організації господарських зв'язків на засадах переважного використання разових договорів оптової купівлі-продажу та фактичного ігнорування можливостей договорів поставки як інструмента забезпечення стабільних постачань і продажів аграрної продукції, здійснення розосереджених у часовому інтервалі закупівель окремих видів овочів або фруктів навіть з одного джерела постачання через неприпустимість їх спільного транспортування за вимогами товарного сусідства, що зумовлює зростання логістичних витрат на виконання транспортних операцій, тощо.

Водночас, сформований асортимент продукції рослинництва дозволяє оптовому торговцю забезпечити пропозицію найбільш запотребованих видів фруктів та овочів і реалізовувати підсортовані партії оптовим покупцям в порядку вільної реалізації (суб'єктам роздрібної торгівлі, ресторанно-готельного бізнесу, дрібним підприємствам харчової промисловості) або за угодами закупівель продукції за кошти державного чи місцевих бюджетів установам та закладам бюджетної сфери (табл. 2).

Таблиця 2

**Основні канали оптової реалізації плодоовочевої продукції суб'єктом торговельного підприємництва у 2014-2017 рр.**

Роки	Загальні обсяги оптової реалізації, тис.грн	з них – за каналами реалізації					
		продаж закладам освіти та охорони здоров'я, іншим державним установам на конкурсних торгах		продаж закладам освіти та охорони здоров'я, іншим державним установам поза конкурсними процедурами		продаж суб'єктам сектора підприємництва та громадянам в порядку вільного оптового та дрібнооптового продажу	
		тис.грн	частка, %	тис.грн	частка, %	тис.грн	частка, %
2014	700,3	245,1	35,0	57,3	8,2	397,9	56,8
2015	892,6	292,7	32,8	68,4	7,7	531,5	59,5
2016	1104,3	249,2	22,6	79,6	7,2	775,5	70,2
2017	986,7	182,3	18,5	115,3	11,7	689,1	69,8

Як видно, починаючи з 2017 р., коли поширення набула практика проведення державних закупівель продукції, товарів, робіт і послуг через систему ProZorro, обсяги укладених угод і контингент контрагентів досліджуваного оптового торговця істотно зменшилися, незважаючи на активну участь в конкурсних процедурах та зацікавленість підприємця в розширенні географії постачань, навіть за межі регіону. Скорочення частки реалізації товарів за процедурами оптових публічних закупівель у 2016-2017 рр. зумовило вихід суб'єкта торговельного підприємництва на місцевий торговий комплекс (ринок "ГІД") та організацію на ньому оптової та дрібнооптової торгівлі плодоовочевою продукцією з відповідним ускладненням структури оптового продажу (комерційні, маркетингові, виробничо-логістичні, фінансові операції) й параметрів товарних потоків. Це призвело до зростання логістичних витрат у сферах складської та транспортної логістики, зумовлених збільшенням площі орендованих складських приміщень, застосуванням різних технологій товаропросування і торгівлі, виникненням додаткового плеча перевезень товарів (між основним складом і ринковим комплексом), зростанням відстаней доставки товарів до оптових покупців-суб'єктів роздрібної торгівлі, ресторанного і готельного бізнесу, переробних підприємств сектора малого підприємництва за умов продажу з подальшою централізованою доставкою реалізованих овочів і фруктів, продовженням практики самостійного вивезення закуповуваних в інших регіонах товарів тощо.

Активізація спеціалізованої оптової торгівлі суб'єктами малого підприємництва, на наш погляд, має пов'язуватися з виробленням стратегії провадження спеціалізованої оптової торгівлі овочами та фруктами на перспективу та змінами організаційних підходів до неї, удосконаленням комплексу бізнес-процесів і складових комерційного та логістичного забезпечення процесів

закупівель і оптового продажу аграрної продукції, підвищенням ефективності використання складського господарства та власного транспорту, створенням належних умов транспортування, зберігання та реалізації продукції на складах, збереженням якості закуплених товарів і їх своєчасним доведенням до оптових покупців, удосконаленням організації руху товарних потоків шляхом перегляду структури господарських зв'язків з постачальниками й роздрібними торговцями на основі концепції та інструментарію логістики.

**Список використаних джерел**

1. Носуліч А. М. Процесний підхід до побудови механізму оптової торговельної діяльності [Електронний ресурс] / А. М. Носуліч // *Ефективна економіка*. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=158>.
2. Статистичний щорічник України за 2016 рік : стат. зб. / за ред. І. Є. Вернера. – К. : Державна служба статистики України, 2017. – 611 с.

**Міщук І. П.**  
д.е.н., професор,  
**Жвірко О. Р.**  
аспірант,  
**Квасниця В. С.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

**ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПТОВИХ ЗАКУПІВЕЛЬ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ОКРЕМИХ ТОВАРІВ У ПРАКТИЦІ СУБ'ЄКТІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Сучасний етап розвитку сфери товарного обігу в Україні характеризується посиленням тренду до зростання чисельності та ролі приватних підприємств в організації оптового обороту найрізноманітніших товарів як виробничого, так і споживчого призначення – відповідно до обраного товарного профілю таких оптових торговців. Одним з перспективних напрямів спеціалізації суб'єктів приватного підприємництва в оптовій торгівлі в сучасних умовах є оптова торгівля сільськогосподарською продукцією як вітчизняного, так і імпортного походження. При цьому для провадження даного виду торговельної діяльності складаються привабливі економічні та інституціональні передумови, зокрема – завдяки розвитку аграрного виробництва в секторі фермерських господарств та, особливо, господарств населення товарної орієнтації, реалізація продукції котрих вже традиційно пов'язана з недостатньою розвинутістю адаптованих (до відносно малих обсягів та низької інтенсивності продажів окремих виробників) каналів збуту; в той же час, привабливі перспективи для торгівлі імпортованими та вітчизняними плодовоовочевими товарами складаються завдяки розбудові мережі регіональних оптових ринків сільгосппродукції (яскравим прикладом яких є ОРСП “Шувар” у м. Львові), де приватні оптові торговці мають можливості здійснювати як оптові закупівлі зазначеної продукції для потреб подальшої реалізації в місцях локалізації своїх торговельних об'єктів, так і оптовий продаж відповідної аграрної продукції, придбаної від місцевих товаровиробників з метою подальшого збуту. Крім того, привабливі перспективи для провадження приватними підприємствами оптової торгівлі сільгосппродукції пов'язуються з забезпеченням потреб суб'єктів оптового ринку, які придбавають сільгосппродукти для організації харчування в закладах системи охорони здоров'я, мережі навчальних закладів тощо.

Таким чином, провадження оптової торгівлі, зокрема – спеціалізованої, вимагає чіткої орієнтації на цільовий контингент оптових покупців, для задоволення потреб котрого мають здійснюватися оптові закупівлі певних товарів, а також на існуючі та перспективні джерела закупівель відповідних товарних ресурсів. При цьому важливим для забезпечення успіху оптового торговця є однаковою мірою і виконання комплексу комерційних процесів із

закупівлі товарів, і сукупність комерційних операцій з реалізації товарів, котрі не можуть існувати самі по собі, адже без перспектив щодо реалізації оптових партій товарів їх оптові закупівлі втрачають сенс, а без оптових закупівель аграрної продукції її оптовий продаж не товаровиробником, а суб'єктом торговельного підприємництва, є фізично неможливим. Поряд з цим, оскільки об'єктом оптової торгівлі є товарна маса, яка формується в результаті виконання закупівельних операцій, то необхідною умовою ефективного провадження оптової торгівлі виступають логістичні процеси з кількісно-якісної трансформації товарних потоків у ході виконання операцій складського зберігання товарів, призначених для оптової реалізації оптовим покупцям [1].

Проведений на прикладі одного з суб'єктів спеціалізованого регіонального ринку Закарпаття оптових торговців плодоовочевої продукції дозволяє стверджувати, що основою та запорукою його успішної торговельної діяльності є виконання відображеного на рис. 1 комплексу робіт, процесів та операцій комерційного, маркетингового, виробничо-логістичного та економічного характеру зі створення умов для накопичення товарної маси і формування асортименту товарів профільного асортименту на власних складах в межах укрупненого блоку бізнес-процесів з оптових закупівель овочів і фруктів.

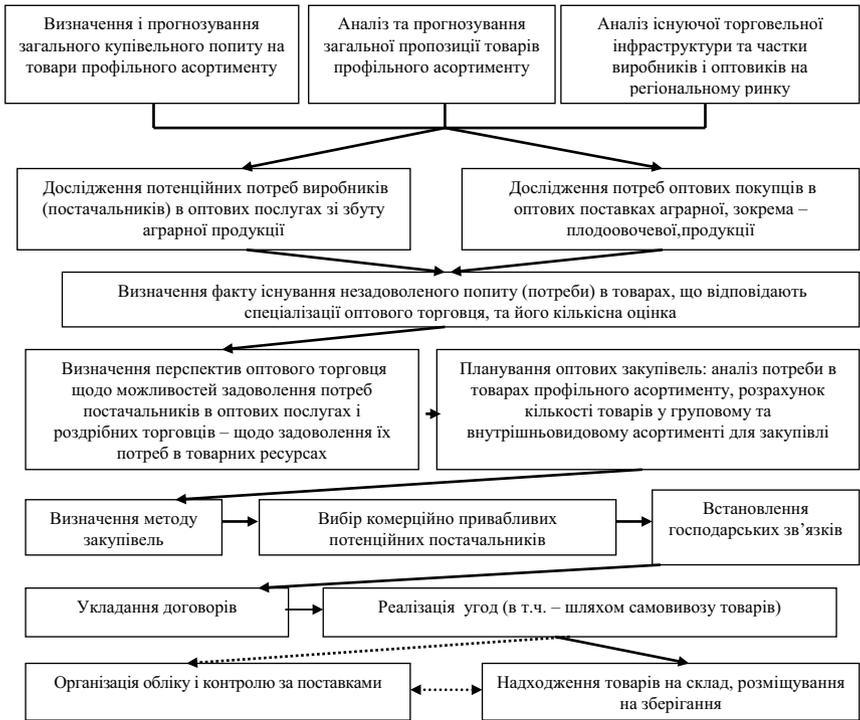


Рис. 1. Принципова схема комплексу операцій з організації оптових закупівель товарів оптовим торговцем

Аналіз змісту торговельної діяльності суб'єкта приватного підприємництва у сфері оптової торгівлі плодоовочевими товарами показує, що на практиці, прийняття комерційного

рішення щодо оптових закупівель товарів, яке констатує наявність ринкової потреби в певних товарах, впливає з результатів маркетингових досліджень оптового ринку, стану розвитку попиту на рівні споживчого ринку і попиту оптових покупців (роздрібної торгівлі, закладів ресторанного бізнесу, державних і комунальних закладів, у яких концентрується попит окремих контингентів споживачів тощо), розвитку виробництва відповідних товарів; своєю чергою, отримання відповідного висновку про існування такої ринкової потреби та встановлення реальності перспектив конкретного оптового торгівця дозволяє переходити до визначення джерел оптових закупівель певних товарів і вибору їх постачальників з числа наявних на ринку з наступною організацією та реалізацією практичного (реального!) просування товарів зі сфери виробництва до сфери обігу. При цьому на практиці має місце проблема переважної орієнтації оптових торговців на встановлення довготривалих зв'язків з оптових закупівель плодоовочевої продукції з окремими товаровиробниками без їх організаційно-правового закріплення (наприклад, шляхом підписання угод про закупівлі та постачання відповідних товарів), результати чого певною мірою втрачається керованість процесів оптових закупівель та відповідальності сторін за їх реальне здійснення.

В сучасних умовах приватні оптові торговці Закарпаття відчувають загострення проблеми реалізації продукції рослинництва за угодами закупівель плодів та овочів за кошти державного чи місцевих бюджетів установам та закладам бюджетної сфери; також зростає конкуренція в сегменті реалізації плодоовочевих товарів суб'єктам роздрібної торгівлі, ресторанно-готельного бізнесу, дрібним підприємствам харчової промисловості. Це зумовлює активізацію зусиль дрібних оптових торговців в напрямку диверсифікації торговельної діяльності, зокрема – шляхом її провадження не лише за традиційною технологічною схемою (на основі використання локалізованих офісно-складських будівель), але й за варіантом дрібнооптової торгівлі на ринку з орендованих складських приміщень (площ) чи з транспортного засобу.

Проблеми і недоліки в організації комерційної роботи з реалізації овочів і фруктів досліджуваним оптовим торговцем, які знайшли відображення в падінні обсягів його оптового товарообороту, обумовлюють потребу в активізації відповідного комплексу бізнес-процесів, зміні організаційних підходів до провадження оптової торгівлі суб'єктом малого підприємництва, уточненні даним суб'єктом торговельної діяльності власної асортиментної політики і відбору асортименту товарів для оптової торгівлі ними в тісному взаємозв'язку з орієнтацією на реальні, гарантовані можливості їх подальшого збуту.

У зв'язку з цим особливої актуальності набувають зусилля з визначення та подальшого застосування найбільш ефективних форм і методів оптового продажу товарів, проведення аналізу прийнятої системи ціноутворення та її перегляду з урахуванням використання всіх можливостей із зменшення витрат обігу (пов'язаних із закупівлею товарів від виробників та доведенням їх до кінцевих споживачів), розробки гнучкої системи знижок для оптових покупців овочів і фруктів.

Певний ефект для зміцнення позицій суб'єкта провадження оптової торгівлі аграрною продукцією, на наш погляд, може дати упорядкування роботи з календаризації проведення різноманітних заходів з активізації збуту пропонованої продукції рослинництва, підвищення ролі оптового торговця в процесі товаропостачання роздрібної торговельної мережі за рахунок здійснення ЦДТ в межах укладених договорів поставки поставки овочів і фруктів, використання реклами і методів стимулювання продажу товарів в єдиному комплексі проттовхування товарів на ринок, надання оптовим покупцям різних логістичних послуг.

Вважаємо, що в умовах загострення конкуренції для дрібних, спеціалізованих на аграрній продукції, оптових торговців життєво необхідно активізувати їх комерційну роботу з оптових закупівель товарів на основі пошуку потенційних оптових покупців фруктів і овочів з використанням сучасних інформаційних технологій, налагоджування з ними безпосередніх неформальних контактів, визначення можливостей розвитку угод із закупівель продукції рослинництва за кошти державного та місцевих бюджетів в “допорогових” обсягах, встановлення потреб потенційних оптових покупців, широко використовувати

можливості і методи комерційної логістики для прийняття рішень щодо вибору постачальників, обґрунтування потреби в продукції, використання складського господарства для розміщування і зберігання закупуваної продукції. Поряд з цим, необхідно забезпечити інтегроване управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками від виробництва до споживання на засадах концепції логістики, створити систему інформаційного забезпечення торговельної діяльності оптового торговця, підвищити ефективність використання складського господарства та забезпечити належну організацію перевезень, створити належні умови транспортування, зберігання та реалізації продукції рослинництва на складах, гарантувати збереження якості закуплених товарів і їх своєчасне доведення до оптових покупців, вдосконалити матеріально-технічну базу суб'єктів спеціалізованої оптової торгівлі.

#### **Список використаних джерел**

1. Носуліч А. М. *Організаційно-економічний механізм оптової торговельної діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами" (за видами економічної діяльності) / А. М. Носуліч. – К., 2010. – 21 с.*

**Міщук І. П.**  
д.е.н., професор,  
**Іваніцький А. М.**  
магістр,  
**Лампіка М. П.**  
магістр

Львівський торговельно-економічний університет

### **СУЧАСНИЙ ТРЕНД У РОЗВИТКУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ**

З поглибленням ринкових процесів і розширенням товарно-грошових відносин суттєво зростає роль торгівлі в реалізації міжгалузевого обороту, забезпеченні завершальної стадії відтворювального процесу, задоволенні виробничих та особистих потреб, що обумовлює зростання вимог до організації торговельної діяльності суб'єктами оптової торгівлі. З розвитком ринкових відносин і насиченістю ринку різноманітними продовольчими і непродовольчими товарами роль оптової торгівлі зростає. Це викликано тим, що напружені товарні потоки потребують більших зусиль з їх обробки в каналах обігу на великих складах, які належать в основному оптовикам. Роздрібним підприємствам також не менш вигідно контактувати з одним або декількома оптовими підприємствами, ніж з чисельними виробниками, які досить довільно розміщені по території регіонів [1, с. 33-41].

Найбільш ефективними представниками галузі оптових торговців вважаються оптові торговельні підприємства, які є самостійними господарюючими суб'єктами, що виконують, як правило, весь комплекс функцій оптової торгівлі. Згідно з ДСТУ 4303:2004 (пп 5.3. п. 5), підприємство оптової торгівлі визначене як "...майновий комплекс, який є господарською ланкою в оптовій торгівлі з правами юридичної особи, що закуповує та продає за угодами поставки товари партиями тим, хто купує їх для подальшого перепродажу або виробничого споживання та надає їм пов'язані з цим торговельні послуги" [2].

В той же час, в Україні все більшого поширення набувають торговельні підприємства, які одночасно провадять торговельну діяльність як у сфері оптової, так і роздрібною торгівлі. Одним з таких суб'єктів торговельної діяльності є ТОВ "Овація", яке здійснює оптову торгівлю окремими продовольчими товарами на території Львівської обл., а також роздрібну торгівлю – через мережу спеціалізованих магазинів "Туртові ціни. Алкоголь" – лише в обласному центрі.

Особливістю ТОВ "Овація" з точки зору його участі в процесах просування переважно продовольчих товарів на ринок є те, що підприємство зосередило в своїй структурі практично

всі можливі ланки, які у взаємодії з товаровиробниками формують різноманітні канали доведення товарів до споживачів (рис. 1).

Як видно з наведеної схеми, рух товарів від виробників чи інших постачальників товарів через виробничо-комерційну систему ТОВ "Овація" передбачає здійснення силами персоналу торгового відділу оптових закупівель товарів і подальшого їх оптового продажу з основних складів у порядку традиційної оптової торгівлі, або ж реалізацію товарів в порядку дрібнооптової реалізації – через одну з належних цьому ж підприємству гуртівень, а також здійснення магазинами належної Товариству мережі торговельних об'єктів роздрібною реалізації товарів, отриманих від основних складів в межах процесу товаропостачання. В той же час, товари, які були отримані гуртівнями, в магазини Товариства не постачаються, а реалізуються в порядку дрібнооптового продажу іншим суб'єктам торговельної діяльності чи підприємництва, або ж продаються кінцевим споживачам в порядку роздрібною торгівлі.

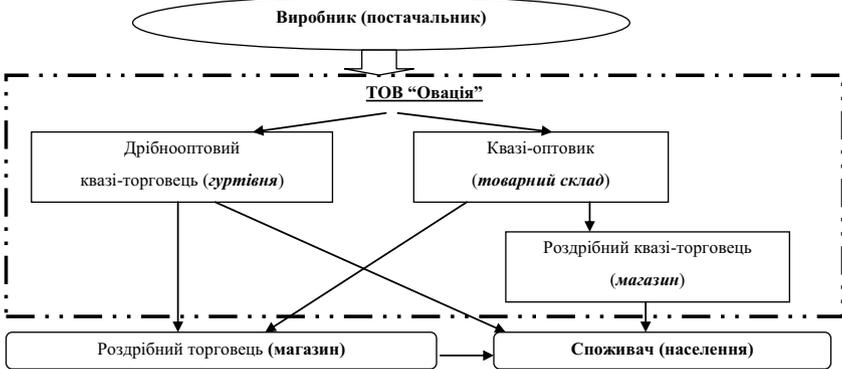


Рис. 1. Місце ТОВ "Овація" в системі каналів збуту товарів до споживачів торговцем

У будь-якому разі, функції оптовика, дрібнооптового торговця та роздрібною торговця у наведеній схемі виконуються не самостійними суб'єктами господарювання, а т.зв. квазі-торговцями, роль яких відіграють окремі структурні підрозділи ТОВ "Овація" (Торговий відділ з підпорядкованими йому гуртівнями та товарними складами, а також Відділ дистрибуції, якому підпорядковані конкретні магазини Товариства).

Нами встановлено, що здійснення ТОВ "Овація" оптової торгівлі товарів споживчого призначення базується на виконанні комплексу комерційних, маркетингових, юридичних, техніко-технологічних та інших операцій з оптових закупівель товарів, провідну роль в забезпеченні яких відіграє Сектор постачання Торгового відділу, який відповідає за здійснення підприємством всього комплексу операцій з оптових закупівель товарів як складової частини комерційної діяльності торговельного підприємства.

В той же час, комерційна робота ТОВ "Овація" на етапі оптового продажу товарів включає в себе управління товарними запасами, управління асортиментом товарів, рекламно-інформаційну роботу, виконання операцій з оптового продажу товарів покупцям. На цьому етапі провідна роль в організації торговельного процесу належить персоналу Торгового відділу, представленому менеджерами Сектору продажів.

У даному структурному підрозділі, в приміщенні якого організована постійно оновлювана виставка товарів, які реалізуються ТОВ "Овація" і з якими мають можливість ознайомлюватися потенційні оптові покупці, зазначені фахівці на своїх робочих місцях, обладтаних комп'ютерною технікою, здійснюють документальне оформлення операцій

оптового продажу товарів та відпуску товарів зі складів. Завдяки їх роботі підприємство зі складів, розташованих на т.зв. Головній території, здійснює централізоване товаро-постачання власної мережі магазинів (за їх заявками), а також відпуск товарів (з можливою доставкою або в порядку самовивозу) позасистемним оптовим покупцям, які на договірній основі придбавають крупні партії товарів у порядку оптового продажу. Поряд з цим, значну роль в забезпеченні економічних результатів торговельної діяльності даного оптового торговця відіграє мережа належних йому магазинів, що провадять роздрібну торгівлю.

*Список використаних джерел*

1. Виноградська А. М. *Комерційне підприємництво: сучасний стан. Стратегії розвитку : монографія / А. М. Виноградська. – К. : ЦНЛ, 2004. – 807 с.*
2. *ДСТУ Роздрібна та оптова торгівля. Терміни та визначення понять: ДСТУ 4303:2004*

**Мишук І. П.**  
д.е.н., професор,  
**Стаднік О. О.**  
магістр,  
**Токарчук А. В.**  
магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **СУЧАСНА ПРАКТИКА ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЦІВ І ПРОБЛЕМИ ЇЇ РЕГУЛЮВАННЯ**

Основним, найближчим до споживачів суб'єктом ринку товарів і послуг, діяльність якого забезпечує задоволення потреб і вимог споживачів, є роздрібна торгівля, первинним організаційним елементом якої є роздрібне торговельне підприємство – кінцевий пункт роздрібного продажу товарів, котрий виступає як самостійний господарюючий статутний суб'єкт, має права юридичної особи і здійснює торговельно-виробничу діяльність для отримання прибутку. За даними офіційної статистики, на 1.01.2016 р. в Україні роздрібну торгівлю в сегменті юридичних осіб, здійснювали 12067 підприємств (проти 29282 од. – на 1.01. 2012 р.), в т.ч. – підприємства оптової та роздрібної торгівлі автомобілями, мотоциклами та паливом – 889 од. (проти 1569 од. на 1.01.2012 р.), інші підприємства роздрібної торгівлі (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та паливом) – 7789 од. (проти 11402 од. на 1.01.2012 р.) [1].

Зважаючи на великий обсяг складових комплексу торговельної діяльності таких підприємств та його складну структуру, ця діяльність роздрібних торговців перебуває під впливом як державного регулювання, так і ринкового саморегулювання процесів розвитку і функціонування роздрібних торговців; при цьому основними напрямками ринкового саморегулювання підприємств роздрібної торгівлі є: регулювання комерційної роботи, регулювання господарських зв'язків, управління товарними запасами, управління продажами і торговельними технологіями, управління асортиментом і якістю товарів, управління торговельним обслуговуванням і управління витратами.

Проведений на прикладі ТОВ “ОКВА”, котре здійснює у магазині “Промтовари” роздрібну торгівлю окремими непродовольчими товарами, аналіз рівня діяльності з регулювання процесів розвитку та функціонування підприємств роздрібної торгівлі, засвідчив, що застосування спрощеної моделі організаційної структури підприємства, характерної для більшості суб'єктів малого підприємництва, зумовлює практичну відсутність у даного роздрібно торговця низки складових комерційної, економічної, маркетингової роботи (покликання забезпечувати ефективне управління діяльністю підприємства роздрібно торгівлі) через : 1/зосередження практично всіх ключових функцій (планування, організація, мотивація, регулювання/коригування) у повноваженнях і відповідальності директора Товариства; 2/ малочисельність і недостатню ефективність реально застосовуваних елементів економічного

механізму; 3/ обмеженість власних інструментів регулювання; 4/ низький рівень впровадження економічних методів і важелів їх реалізації: планування обсягів закупівель і роздрібного товарообороту не ведеться; не застосовуються ефективні системи матеріального стимулювання торгово-оперативного персоналу; низький рівень планування доходів і прибутку; недосконалість управління витратами і ціноутворенням.

Дослідження засвідчило, що основними проблемами торговельної діяльності ТОВ “ОКВА”, які потребують вирішення методами ринкового саморегулювання, є:

- обмеженість варіантів зміни комерційної стратегії у зв'язку з затвердженою орієнтацією на пріоритетного постачальника;

- відсутність методичного забезпечення маркетингових досліджень попиту споживачів на товари та їх обмежене використання на практиці;

- відсутність формалізованих інструментів прийняття і обґрунтування рішень щодо доцільності вибору постачальників, недосконалість інструментів оформлення відносин з багатьма контрагентами з оптових закупівель товарів;

- невикористання інструментарію управління товарними запасами і товарооборотом через відсутність фахівця з економіки, планування та прогнозування торговельної діяльності;

- некерованість процесів розвитку роздрібного товарообороту, роздрібного продажу товарів та управлінням ними;

- зниження обсягів реалізації товарів, сповільнення оборотності товарних запасів, і їх “осідання” в якості “неходових товарів”;

- відсутність формалізованого документа щодо особливостей реалізації товарів дрібним оптом, стандартизації процедур та асортименту товарів, що продаються в порядку дрібного опту, порядку взаємодії з даною категорією клієнтів підприємства, питання ціноутворення та організації фінансових розрахунків;

- ігнорування керівництвом ТОВ “ОКВА” управління торгово-технологічним процесом в частині: а) визначення (встановлення) оптимального стану керованої системи (параметри стану, параметри поведінки, оптимальний перелік елементів процесу, отримувани результати); б) визначення способів, прийомів, засобів їх досягнення (в процесі створення системи або коригування її поведінки);

- недотримання принципів регулювання торгово-технологічного процесу в магазині, відсутнє регулювання чи уніфікація порядку виконання окремих операцій торгово-технологічного процесу у магазині, узгоджених з стандартами (ДСТУ) чи реалізованих у формі рекомендацій, інструкцій, Стандартів обслуговування;

- недостатність (відсталість) матеріально-технічної бази і використання застарілих технологій торговельного обслуговування;

- відсутність інструментарію управління формуванням асортименту товарів та оцінювання якості власної комерційної роботи з управління процесами його формування;

- вкрай слабка роль діяльності з надання торгових послуг у забезпеченні росту доходів, відсутність регулювання номенклатури послуг та стандартів з їх виконання;

- вирішальна роль т.зв. “людського фактора” у прийнятті всіх основних рішень.

Це обумовлює потребу в активізації розробки та запровадження широкого різноманіття інструментарію ринкового саморегулювання діяльності підприємств роздрібною торгівлі на основі поєднання форм, методів, важелів управління діяльністю роздрібних торговців, насамперед – за рахунок підвищення рівня стратегічного планування комерційної діяльності, використання можливостей її оперативного планування і прогнозування, аналізу торговельної діяльності, обліку, контролю, моніторингу основних функціональних процесів торговельного підприємства, ціноутворення, управління фінансовою діяльністю, управління продажами, застосування сучасних методів мотивації персоналу.

#### *Список використаних джерел*

1. Роздрібна торгівля України у 2015 р.: Статистичний збірник / Державна служба статистики України / відп. за вип. А.О.Фризоренко. – К., 2016. – 135 с.

## **ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ РИНКІВ В УКРАЇНІ**

В проведених нами раніше наукових дослідженнях з проблем розвитку ринків (1, 2, 3) встановлено, що активізація розвитку ринків спостерігається в епоху економічних криз. Тоді як вихід з кризових явищ та європизація вітчизняної економіки відповідно до вимог ЄС призводить до згортання діяльності ринків і торговельно-сервісних комплексів.

В умовах сьогоднішніх змін на споживчому ринку товарів через експансію зарубіжних і вітчизняних роздрібних торгових мереж торгівля значно поміняла структуру товарообороту. В роздрібному товарообороті країни все більшу частку займають гіпермаркети, супермаркети, дискаунтери. Ці формати торгівлі в ціновому аспекті є серйозним конкурентом торгівлі на ринках і торгово-сервісних комплексів, в складі яких є також ринки. При чому в таких комплексах основну частку в обороті займають не “торгові ряди на ринках”, а продаж товарів через магазини і малі архітектурні форми (МАФи), які є об’єктом сфери малого бізнесу.

Сучасний торговельно-сервісний комплекс (ТСК) це сукупність функціонально та організаційно взаємопов’язаних об’єктів торгівлі і сфери послуг, зосереджених в єдиному архітектурному комплексі. Його позитивною перевагою є концентрація в єдиному місці пропозиції і попиту на товари і послуги, що спонукає значний приплив товаровиробників і покупців і задовольняє їх потреби. В кінці ХХ і на початку ХХІ століття ця перевага ринків і ТСК була єдиною і унікальною в організації обороту. Однак останнім часом зародились нові формати торгівлі, які стали важливим конкурентом ТСК. Торговля, наприклад, в гіпермаркетах і дискаунтерах по багатьох товарах забезпечує товари високої якості і з нижчими цінами як в ТСК.

Значною перевагою торгівлі на ринках є її некапіталомісткий, малозатратний характер, що обумовлює високу економічну ефективність цього виду торговельної діяльності. Основні витрати на створення, утримання і реновацію матеріально-технічної бази торгівлі на ринку несе підприємство ринку, тоді як “ринковий” продавець (в т.ч. МАФи) лише частково відшкодовує ці капіталовкладення через орендні платежі і збори за надання їм послуг. Безумовно, що культура і якість торговельного обслуговування у ТСК є значно нижчою як в торгово-розважальних чи торгових центрах, які використовують такий же механізм покриття витрат. Іменно це спонукає органи місцевої влади до заміни об’єктів ринків та дрібнороздрібною мережі ТСК на сучасні торгово-розважальні центри, де надаються ті ж самі послуги, але із значно вищою культурою торговельного обслуговування. Ліквідація малих архітектурних форматів в ТСК, а також розміщених на торговельних майданчиках мала б позитивне значення для розвитку сучасних форматів торгівлі як би не соціальна роль торгівлі в ТСК і в т.ч. на ринках. В сьогоднішніх умовах функціонування торгово-сервісних комплексів оправдано, так як вони являються місцем роботи і джерелом доходів для значної кількості підприємств і найманих продавців.

Закриття діяльності виробничих і торгових підприємств, скорочення працівників в державних установах стало причиною виїзду великої кількості заробітчан за межі України. За даними експертів на 01.01.2018 р. тільки польські працевдавці представили 240 тис. заяв про наміри прийняти на роботу іноземних громадян. При цьому 70 % з тих хто отримав дозвіл на роботу в Польщі працюють в інших країнах Шенгенської зони або в тих місцях, які не були задекларовані. В Польщі приступили до роботи тільки 74 тис. чол. Не виключено, що скорочення підприємств та зайнятих на торгово-сервісних комплексах можуть послужити резервом для ліквідації проблем зайнятості в Польщі.

Таким чином з позицій як економічної так і соціальної, демографічної, інтелектуальної ваги продовження функціонування торгово-сервісних комплексів є оправданим. ТСК на сьогодні

можуть послужити бізнес-інкубаторами і стати основою для розвитку майбутніх власників великих торговельних і побутових підприємств.

Спостерігаючи за логістикою товарно-ресурсного забезпечення торгівлі на ринках, можна зробити висновок, що вона погіршується за рахунок витіснення з джерел товарного забезпечення продукції натурального способу ведення господарства сільського населення і в деякій мірі покращується за рахунок продукції фермерських господарств. Однак потрібно зауважити, що сільськогосподарська продукція фермерських господарств в більшості випадків стала ресурсом товарного забезпечення гіпермаркетів, супермаркетів, розподільчих центрів постачання дискаунтерів, і не стала джерелом поступлення сільгосппродукції на ринок. Це підриває активність торгівлі на ринках. Разом з тим, слід відмітити, що розвиток фермерських господарств і колективних форм господарювання на селі стало ресурсом для постачання товарів на оптові продовольчі ринки, які стали активним посередником між товаровиробником і малим бізнесом.

Підсумовуючи вищесказане слід зазначити, що торговельно-сервісні центри в умовах європейської інтеграції вітчизняної економіки мають сьогодні перспективу для розвитку, оскільки вони:

- в подальшому є не затратомістким стартовим майданчиком для розвитку малого і середнього бізнесу в Україні;
- залишаються бути місцем концентрації пропозиції і попиту різнопланових товарів і послуг з споживачами;
- продовжують вирішувати основне соціальне завдання держави на предмет працевлаштування населення та забезпечення його необхідними доходами;
- є учасником логістики в просуванні товарів до споживача тощо.

Разом з тим слід мати на увазі, що в далекій перспективі очікується згортання діяльності ринків. Європейський досвід (1) показує, що в більшості країн ринки як такі відсутні. Починаючи з 2000 року в більшості країн-нових учасників ЄС спостерігається скорочення ринків як суб'єкту торгівлі, оскільки вони є джерелом низької культури торговельного обслуговування.

#### **Список використаних джерел**

1. Антоноук Я. Економічна небезпека нерегульованого розвитку ринків // *Економіст*. – 2000. – № 3. – С. 40-43.
2. Антоноук Я., Рудницький С. *Регіональні аспекти перспектив розвитку торгівлі на ринках // Регіональна економіка*. – 2001. – С. 21-35.
3. Антоноук Я. // *Формування фінансового механізму регулювання торгівлі*. – *Фінанси України*. – 2001. – С. 48-57.

**Антоноук Я. М.**  
к.е.н., професор,  
**Ковальська І. В.**  
магістр,  
**Копин В. І.**  
магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ТОВАРІВ У МАГАЗИНАХ ФІРМОВОЇ ТОРГІВЛІ**

Удосконалення організації торговельного обслуговування населення і підвищення економічної ефективності суб'єктів провадження роздрібно торгівлі суттєво залежать від якісного формування асортименту товарів у магазинах.

З позицій сучасної виробничо-торгівельної практики, у роздрібній мережі має бути представлений торговельний (широкий) асортимент товарів, що випускаються багатьма

виробниками, а тому традиційно виникає необхідність перетворення виробничої номенклатури багатьох спеціалізованих виробників у торговельний асортимент з найрізноманітнішими характеристиками.

В той же час, винятком є торговельний асортимент т.зв. фірмової торгівлі, оскільки стратегія фірмових магазинів виробників ґрунтується на збуті лише власної продукції, внаслідок чого виникає певне протиріччя: споживач прагне широкого та глибокого вибору товарів різних виробників, а магазини фірмової торгівлі орієнтуються, насамперед, на асортимент виробів власного виробництва.

Організаційно процес формування асортименту товарів у спеціалізованому фірмовому магазині дещо відрізняється від загальноприйнятої схеми, адже товарний профіль і, відповідно, перелік товарних груп такого магазину визначені спеціалізацією виробника-організатора фірмової торгівлі, а конкретні співвідношення пропонованих товарів в асортименті магазину залежать від змін у виробничій програмі.

Тому акцент в комплексі завдань класичного фірмового магазину має зміщуватися в напрямку маркетингових досліджень попиту споживачів. В той же час, у випадку використання виробником фірмового магазину як додаткового каналу реалізації власної продукції, зростає роль якісного формування комплексної пропозиції товарів і забезпечення повноти і стабільності асортименту в даному пункті продажу. В зв'язку з цим актуалізується розробка т.зв. асортиментних переліків, передбачених "Порядком провадження торговельної діяльності..." [1], як документального відображення робіт з формування асортименту товарів у магазині.

Зважаючи на специфіку формування асортименту товарів у фірмовій торгівлі, потрібно усвідомлювати, що для організатора фірмової торгівлі – виробничого підприємства – поняття формування асортименту товарів не співпадає з трактуванням цієї ж категорії з позицій роздрібного торговця. Для товаровиробника суть проблеми формування асортименту полягає в плануванні фактично всіх видів діяльності, спрямованих на підбір продуктів для майбутнього виробництва і реалізації на ринку та на приведення характеристик цих продуктів у відповідність до вимог споживачів, а для роздрібної торгівлі – у формуванні оптимального набору різновидів товарів, який би задовольняв запити споживачів і забезпечував прибуток.

Враховуючи динамічні зміни попиту населення і умов діяльності підприємств, для спеціалізованих фірмових магазинів рекомендується розробляти поточні і довгострокові асортиментні переліки: поточний перелік має визначати асортиментний набір товарів на найближчий період, виходячи з наявності оборотних коштів, товарних ресурсів і виробничого асортименту товарів; довгострокова модель асортименту має передбачати повне задоволення попиту населення в товарах даного споживчого призначення з урахуванням розширення виробничого асортименту.

В умовах ринкової економіки та жорсткої конкуренції в боротьбі за споживача, формування асортименту товарів, який би сприяв оптимізації прибутку, його збереження на тривалий період часу (в умовах динамічних змін попиту), є надзвичайно актуальним. Тому в процесі торгівлі має здійснюватися управління товарною номенклатурою з метою забезпечення обов'язкової повноти асортименту в межах товарних груп, стійкості і своєчасної пропозиції.

Процес управління асортиментом продукції має бути важливою складовою діяльності маркетингової служби виробничого підприємства. Останніми роками популярним в управлінні асортиментом товарів стає категорійний менеджмент, який розглядається як сучасна технологія управління потоками товарних категорій на засадах стратегії "подвійна перемога" та оптимізації функціонування всього ланцюжка постачань, за яким товарні категорії виступають як самостійні бізнес-одиниці. При цьому категорійний менеджер торговельного підприємства має всі можливості, повноваження і відповідальність як індивідуальний підприємець.

Об'єктом управлінської праці категорійного менеджера є "...товарна категорія – самостійна бізнес-єдиниця, яка виділяється в межах товарної номенклатури; оптимальні товарні запаси асортиментних позицій підприємства в реальному часі за обсягами і структурою задовольняють потреби споживачів" [2]. Необхідною передумовою застосування категорійного менеджменту є розробка Товарного класифікатора як інструмента систематизації асортименту товарів і з допомогою якого здійснюється упорядкований (за однією ознакою чи сукупністю ознак) поділ всіх товарів на рівні, тобто на класи, товарні групи, товарні категорії, за умови, що мінімально можливою одиницею товарної номенклатури є т.зв. SKU – одиниця складського обліку товарів (єдиниця однієї товарної групи, марки, сорту в одному типі упаковки однієї розмірності, ємності і т.д.) [2].

Зважаючи на специфіку спеціалізованого фірмового магазину, основним завданням формування його асортименту має бути визначення оптимальної кількості SKU, яку виробник бажає представити в даному пункті роздрібного продажу товарів, в той час, як завданням управління його асортиментом має бути забезпечення повного та стабільного представлення цих позицій у щоденній торгівлі.

#### **Список використаних джерел**

1. Україна. Кабінет Міністрів. *Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення* : постанова від 15 червня 2006 р. № 833 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=833-2006-%EF>.

2. Крещенко О. В. *Управління товарними запасами торговельного підприємства за категорійним менеджментом*: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Крещенко О. В. – Донецьк, 2014. – 20 с.

**Ковтун О. І.**

к.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **АКТУАЛЬНІ ІННОВАЦІЇ ДЛЯ ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Можливості застосування технологічних інновацій у формі сучасних інформаційних технологій (ІТ) у фінансовій сфері: у різних сегментах ринку фінансових послуг та у сфері державних фінансів, – є досить широкими та мають колосальну перспективу і потенційний економічний ефект. Завдяки реалізації інновацій відбуваються зміни в технологічних та бізнес-процесах і, відповідно, в моделях та структурі бізнесу зокрема та економіки загалом.

Відтак, впровадження інновацій у фінансовому секторі є ключовим чинником підвищення ефективності функціонування фінансового ринку та системи державних фінансів. Вони слугують інструментами для підвищення конкурентоспроможності продавців фінансових послуг та покращення рівня та якості задоволення потреб споживачів цих послуг. Для системи державних фінансів інновації відіграють роль багатofункціонального інструмента для ефективного та прозорого державного управління та засобом протидії корупції. Серед інновацій, характерних для 4-ої НТР та формування інформаційної економіки і, таких, що задають вектор її подальшого розвитку є технологія "блокчейн", яка надає широкі можливості для вдосконалення та розвитку усієї фінансової системи, включаючи і ринок фінансових послуг, і систему державних та муніципальних фінансів.

Для фінансового сектора національної економіки впровадження та застосування інновацій, зокрема таких як розумні додатки, платформи цифрових технологій; портали відкритих даних; штучний інтелект, мобільні платежі, фінансування ланцюга поставок і технологія "блокчейн", забезпечуватимуть можливості для: 1) спрощення доступу до фінансових послуг для усіх суб'єктів НЕС (як домогосподарств та фізичних осіб, так і підприємств); 2) розширення можливостей залучення продавцями фінансових послуг нових клієнтів; 3) створення нових компаній і стартапів; 4) удосконалення ведення бухгалтерії; 5) гнучкішого

управління грошовими резервами фінансових посередників; 6) поліпшення взаємодії продавців фінансових послуг із регуляторами; 7) стимулювання розвитку страхових продуктів, що реалізуються онлайн; 8) підвищення якості фінансових послуг.

Ключовою тут є технологія блокчейн, яка є розподіленою базою даних, що формується як безперервно зростаючий ланцюжок блоків із записами про всі попередні транзакції [1].

Так МВФ вказує на можливість застосування блокчейн-технологій для поліпшення грошових переказів, земельних і кредитних реєстрів, операцій з цінними паперами та іншими активами [2]. В банківській системі застосування блокчейн технологій вдосконалив і забезпечить оптимізацію логістики фінансових потоків.

Застосування цієї технології на ринку фінансових послуг дозволяє здійснити певну децентралізацію бізнес-процесів, підвищити фінансову інклюзивність при низьких затратах на обслуговування клієнтів [3].

Зокрема, за даними дослідження, проведеного консалтинговою компанією МакКінсі, впровадження блокчейн технологій на світовому ринку фінансових послуг забезпечить в глобальних масштабах економію в розмірі 110 млрд \$ [4].

Потенційна економія тут забезпечується за рахунок: 1) зниження витрат на основну фінансову звітність в результаті оптимізації якості даних, прозорості та внутрішнього контролю; 2) зниження витрат на дотримання відповідності вимогам нормативно-правового регулювання завдяки прозорості та простоті перевірки фінансових транзакцій; 3) зниження витрат на централізовану діяльність завдяки поліпшеним механізмам цифрової ідентифікації особистості і спрощення спільного доступу до клієнтських даних для всіх учасників процесу; 4) зниження витрат на бізнес-операції, що стосується діяльності фахівців підтримки і контролю операцій, кліринг і взаєморозрахунки, розслідування, можуть бути повністю або частково автоматизовані за рахунок зниження потреби в таких ключових на сьогоднішній день елементах, як зв'язка і підтвердження угод і аналіз помилок операцій [5].

Застосування технології розподілених реєстрів дає можливість скоротити витрати фінансових організацій за рахунок економії на транскордонних платежах, торгівлі ЦП. І до речі, Goldman Sachs, JP Morgan і Credit Suisse і ще 6 ТНБ – планують розробити загальні стандарти для технології блокчейна і шукають можливості для їх ширшого застосування в секторі фінансових послуг для модернізації фінансової інфраструктури.

До речі, Правління НБУ схвалило і презентувало дорожню карту Cashless Economy [6]. В ній прописані плани щодо використання технології блокчейн в Україні. Слід зазначити, що сьогодні в банках блокчейн можна застосовувати в понад 20-ти робочих бізнес-процесах.

У сфері платіжних послуг блокчейн дає можливість скоротити терміни розрахунків та виявити зв'язок між різними транзакціями господарюючих суб'єктів (за рахунок збереження записів щодо здійснених транзакцій у єдиному реєстрі, на відміну від існуючих окремих записів в окремих банках, що скоротить або унеможливить тіньові грошові потоки). Безпека транзакцій забезпечується тим, що в блокчейн в кожен блок даних вбудовується обчислена контрольна сума попереднього блоку, таким чином, кожен блок має посилання на попередній. Завдяки цій особливості технологія блокчейн дозволить істотно підвищити прозорість транзакцій і зробити процедури перевірки в частині протидії відмиванню грошей і фінансуванню тероризму простими і ефективними.

В страховому бізнесі технологія блокчейн з застосуванням принципу “смарт-контрактів” придатна для: автоматизації процесів створення і моніторингу страхової історії; забезпечення оперативного доступу до довідок з державних установ; обліку страхових подій та їх миттєвої фіксації; укладення онлайн-договорів страхування; проведення експертиз і попередньої оцінки ризиків; забезпечення взаємодії з брокерами та мережею продажів; забезпечення прозорості врегулювання і реагування на запити клієнтів.

Суть смарт-контрактів із застосуванням технології блокчейн полягає у тому, що контракти та претензії записуються на “блокчейн”, підтверджуються у мережі, забезпечуючи виплати лише за обґрунтованими претензіями. Їх переваги полягають в автоматизації обробки вимог, забезпеченні надійності і прозорості механізму виплат для клієнта, забезпеченні виконання

правил, визначених контрактом.

На ринку цінних паперів нині блокчейн-технології використовуються перш за все у біржовій торгівлі. Технологія блокчейн дозволяє значно скоротити вартість обробки угод з цінними паперами. Вона здатна полегшити і прискорити процеси посттрейдингу, а також знизити ризики і витрати як для біржі, так і для інвесторів, забезпечити систему емісії та розподілу акцій в режимі реального часу з миттєвим розрахунком і передачею цінних паперів при виконанні контракту. Цікавими є блокчейн-рішення для відстеження транзакцій, які мають відношення до інвестиційних активів. Це дозволяє корпораціям залучити додаткові активи для управління, поліпшивши свій фінансовий стан і підвищивши безпеку транзакцій.

У сфері державних фінансів блокчейн технологія сьогодні пропонується до застосування: як засіб для оптимізації реєстрів (урядів та корпорацій); у бюджетній сфері, в системі соціального забезпечення. При цьому ця технологія забезпечить високий рівень фінансової інклюзивності та спростить процедуру документообігу.

Конкретні сфери, де застосування блокчейн-технологій у системі державних фінансів України вже або успішно розпочате, або ж де є потенційно бажаним і можливим:

1. електронна система “Прозорий бюджет”, яка сприяє посиленню контролю суспільства за використанням державних коштів. В цій системі інтегровані дані Державної фіскальної служби України, НБУ, Державної казначейської служби і системи ProZorro. Також в ній можна сформувати базу даних з обліку блоків транзакцій, при якій створюються контрольовані рахунки, між якими здійснюється переказ коштів. Завдяки публічності блокчейну можливо відстежувати не лише рух коштів між рахунками, а й залишки коштів, що забезпечить транспарентність державних фінансів, публічний контроль за ними й довіру МФО;

2. система контролю за платниками податків, що передбачає забезпечення фіскалізації розрахунково-касових операцій. Запровадження фіскальних функцій реєстрації розрахункових операцій між суб'єктами господарювання на основі блокчейн-технологій підвищить ефективність, а то й зробить реальною боротьбу із тіньовим сектором економіки (який за останніми оцінками МВФ становить 44,5 % [7]), з ухиленням від сплати податків, та забезпечить реальний захист державних інтересів. Таким чином блокчейн технологія – це інноваційний інструмент, який сприятиме захисту державних інтересів, забезпеченню прозорості контролю сплати податків та запровадженню більш ефективних механізмів адміністрування, детинізації економіки та підвищення контролю за готівковим обігом;

3. системи державних закупівель, які представлена Українською системою публічних електронних закупівель ProZorro та проектом децентралізованих електронних аукціонів Decentralised e-Auction 3.0, у якій відсутня єдина база даних, що підконтрольна державі. Через цю систему держава продаватиме або надаватиме в оренду свої активи. Розвиток цих систем забезпечуватимуть приватні площадки з окремими сайтами та базами даних;

4. надання соціальної допомоги населенню;

5. реалізація державної політики у сфері соціального страхування, де технологія блокчейн дозволить усеунути посередників, скоротить витрати, полегшить формування звітності і збільшить ефективність платіжної системи сфери соціального страхування;

6. в системі охорони здоров'я блокчейн-технології дозволять систематизувати всі дані про пацієнтів, розмістивши їх профайли у хмарному сховищі, створюючи свого роду електронні медичні карти без реєстратур і черг, а історія хвороби людини завжди буде доступною лікарям. Всі дані про хвороби пацієнтів передаватимуться до МОЗ, що дозволить відстежувати епідемії, заздалегідь заготовлювати вакцини і регулювати спалахи захворювань.

Глобалізація економіки, з одного боку, та 4-та НТР, з іншого, створили умови та ініціювали необхідність, з точки зору концепції життєвого циклу технологій, впровадження в фінансову сферу національної економіки інновацій, які ґрунтуються на ІТ, і у першу чергу таких, як “блокчейн”. Запровадження технологічних рішень на основі блокчейн-технологій сприятиме мінімізації витрат та створенню нових фінансових продуктів, розширенню кола учасників фінансового ринку (учасників, які користуються послугами фінансового ринку) при зменшенні кількості посередників, та дозволить знизити витрати учасників фінансових транзакцій,

забезпечити належну прозорість фінансових потоків та операцій, підвищить ефективність та забезпечити прозорість функціонування системи державних фінансів, створить передумови для детінізації економіки та подолання корупції в Україні і таким чином забезпечити підвищення рівня та покращення якості життя населення України. Відтак, ширше і чим по швидше впровадження інновацій у формі ІТ в фінансовий сектор національної економіки має стати пріоритетом для України. А основні погляди щодо реалізації цього пріоритету викладані в “Цифровій адженді України 2020” [8].

#### Список використаних джерел

1. *What Can a Blockchain Do?*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.coindesk.com/information/what-can-a-blockchain-do/>.
2. A. Adriano and H. Monroe. *The Internet of Trust*. // *IMF. Finance & Development June 2016*. – Vol. 53. – No. 2. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2016/06/adriano.htm>.
3. Волосочив С. В. Домінанти технологічних інновацій у фінансовій сфері / С. В. Волосочив // *Економічний вісник університету*. – 2017. – Вип. 33(1). – С. 15-22.
4. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://coinspot.io/world/blokchejn-pozvolit-sokratit-110-milliardov-rashodov-v-mirovoj-industrii-finsanovyh-uslug/>.
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://geektimes.ru/company/wirex/blog/284544/>.
6. *Cashless Economy*. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=31538042>.
7. Leandro Medina ; Friedrich Schneider. *Shadow Economies Around the World: What Did We Learn Over the Last 20 Years?* // *IMF working papers. Jan 24, 2018*.
8. *Цифрова адженда (порядок денний) України 2020. Концептуальні засади. Проект*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uccf.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.

**Зяряна Н. М.**  
к.е.н., доцент,  
**Нечесанов М. Ю.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЦІЛЯХ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Забезпечити зміцнення конкурентоспроможності як суб'єктів реального сектору, так і економіки України, загалом, неможливо без створення, наділення достатніми компетенціями та розвитку діяльності інвестиційно-інноваційних фондів. Саме за рахунок їх діяльності можливо стане реалізація важливих завдань щодо інвестиційної підтримки інноваційних проектів вітчизняних підприємств базових галузей економіки. До прикладу, для регіональних фондів – фінансування інвестиційно-інноваційних проектів (позики, кредити, гарантії, входження в капітал), управління фінансовими активами та взаємодія з інституційними інвесторами; корпоративний розвиток – створення “площадок” інвестиційно-інноваційного розвитку територій та стратегічно важливих підприємств (індустріальних парків, технопарків, спеціальних економічних зон), підтримка інженерно-інфраструктурних проектів; агенцій зі залучення інвестицій – взаємодія з державними та недержавними інститутами розвитку, супровід інвестиційних проектів, бізнес-розвідка інвестиційно-інноваційного середовища, налагодження комунікацій в системі інвестиційно-інноваційної діяльності; фондів підтримки підприємництва – надання порук за кредитами та фінансова підтримка (здешевлення відсотків за кредитами і компенсація частини тіла кредиту) інвестиційно та інноваційно активних суб'єктів мікро- і малого підприємництва.

У цій відповідності, вбачаємо, що в якості окремого важливого джерела формування інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності в цілях зміцнення економічної безпеки України виділимо державно-бюджетну підтримку, яка повинна провадитися за двома напрямками:

1. пряме інвестування важливих для соціально-економічного розвитку держави

інвестиційно-інноваційних проєктів з бюджетів усіх рівнів;

2. формування інвестиційного ресурсу інвестиційно-інноваційного розвитку з і застосуванням інструменту державно-приватного партнерства.

Перший шлях стосується удосконалення системи національних, державних, регіональних та місцевих програм соціально-економічного і культурного розвитку. Сьогодні в нашій державі через цей інструмент із бюджетів різних рівнів щорічно фінансуються мільярди гривень на різні цілі розвитку країни, регіонів та окремих територій. Але, значна частина коштів цих програм використовуються непрозоро, нераціонально та неефективно. Більше того, багато заходів фінансуються з різних джерел, проте, дублюються і, відповідно, могли б бути профінансованими в значно менших обсягах.

На наше переконання, такий стан справ слід нагально змінювати і є всі можливості для прийняття національної, а на місцевому рівні – регіональних та місцевих програм реалізації інвестиційно-інноваційного розвитку держави, регіонів та територій пріоритетного розвитку. Певні обсяги інвестиційного ресурсу на ці цілі можуть бути виділені державою і за умови їх ефективного використання вони дадуть віддачу, яка матиме розширений характер і забезпечить поступове щорічне накопичення додаткового фінансово-інвестиційного забезпечення, яке в середньостроковій перспективі здатне акумулювати вже масштабніший обсяг інвестиційного ресурсу.

Другий шлях стосується більш активного та ефективного застосування інструменту державно-приватного партнерства (як сукупності форм середньо- та довгострокової взаємодії держави і бізнесу для вирішення суспільно важливих завдань на взаємовигідних умовах) в цілях об'єднання зусиль, а також ресурсів суб'єктів інвестиційно-інноваційної активності, як організаційно-економічного засобу виділення на ці цілі бюджетно-інвестиційного ресурсу. Додамо, що, як свідчить світовий досвід, широке впровадження інструменту державно-приватного партнерства дозволяє державі отримати низку додаткових переваг і можливостей у сфері активізації інвестиційно-інноваційної діяльності, особливо в умовах обмеженості фінансів і ресурсів. Такими є підвищення рівня якості і зниження вартості державного замовлення, покращення системи обрання його головних напрямів, відкриття нових шляхів реалізації результатів роботи у науково-дослідницькому секторі; підвищення рівня дієздатності державної підтримки досліджень та розробок, які ініціюють суб'єкти реального сектора економіки, шляхом мінімізації ризиків інвестування в інноваційну діяльність; краще застосування на практиці отриманих результатів досліджень і розробок у державному секторі шляхом їх прозорості і ефектної комерціалізації; розвиток та усунення розривів в системі інфраструктури передачі знань.

Не обмежуючись рамками реалізації окремо взятих проєктів, визначимо головні принципи, яких, на нашу думку, мають дотримуватися органи державного управління при підготовці та реалізації проєктів державно-приватного партнерства у сфері розвитку інвестиційно-інноваційного забезпечення економічної безпеки держави. Вважаємо, що тут, передусім, слід дотримуватися принципів спрямованості програм на розвиток видів економічної діяльності, де важливим фактором забезпечення конкурентоспроможності виробництва є:

- інновації, високі технології та наявний інтелектуально-кадровий ресурс науково-дослідної і інноваційної діяльності;
- націленості проєктів на капіталізацію достатнього обсягу результатів розробки нових технологій, ключових для розвитку відповідної галузі реального сектора економіки;
- концентрації та консолідації програмних бюджетних витрат на дослідження і розробки;
- гнучкості і адаптивності управління програмами і проєктами, стійкості процесів їх реалізації.

Не відкидаємо й можливостей залучення інвестиційного ресурсу в цілях реалізації стратегічно важливих інноваційних проєктів із зовнішніх джерел, тобто з-за кордону. Йдеться про створення сприятливого середовища для отримання прямих іноземних

інвестицій у інвестиційно-інноваційні проекти вітчизняних суб'єктів базових галузей економіки. В цілях залучення інвестиційного ресурсу у проекти створення нових інноваційних видів продукції держава може сприяти підприємствам реального сектора вітчизняної економіки відносно ініціювання, безпосередньої організації та створення кластерів (до прикладу, за участі місцевого виробника), отриманню кредитів Світового банку під гарантії органів місцевого самоврядування, грантів міжнародних технічних фінансових організацій, реалізації проектів державно-приватного партнерства.

Засвідчимо ще й про те, що у рамках аналізованого напрямку, важливу визнаємо й діяльність органів державного управління із забезпечення збільшення обсягів інвестиційної підтримки шляхом функціонування гарантійних фондів за кредитами (з паритетним фінансуванням фондів із бюджетів всіх рівнів, суб'єктами фінансово-інвестиційного сектора, бізнес-асоціаціями), що надаються банківськими установами підприємствам-позичальникам для диверсифікації ризиків між потенційними учасниками гарантійних схем, залучення при кредитуванні великих інвестиційно-інноваційних проектів з мотивацією одержання доходу від реалізації проекту або розширення сфери бізнесу, створення необхідної структури виробничої системи з формуванням каналів постачання чи реалізації. Тож, як свідчить світовий досвід, перспективним інструментом у цій площині може стати інтеграція до інвестиційних процесів суб'єктів страхової сфери, наприклад, шляхом створення страхових гарантійних фондів у формі неприбуткових державних чи комунальних організацій, інвестиційний ресурс яких формується шляхом виділення на ці цілі частини обов'язкових відрахувань від сум, які поступають до страхових компаній від того чи іншого виду страхування. Тож, і інструмент залучення/застосування страхових компаній і страхових гарантійних фондів може ефективно працювати й у частині формування інвестиційного капіталу і мінімізації ризиків міжнародного трансферу технологій, залучення в нашу державу передових технічних і технологічних рішень.

#### **Список використаних джерел**

1. Заярна Н. М. Характеристика складових системи управління інвестиційно-інноваційним забезпеченням економічної безпеки національної економіки / Н. М. Заярна, Г. В. Кізіп // *Modern Science. – Moderni věda. – Praha, Česká Republika. – 2016. – №3. – P. 117-123.*
2. Озарок Л. Системний підхід до управління економічною безпекою як регіональної складової державного механізму: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej2/txts/soc/05ollsdm.pdf>.
3. *Пріоритети та засоби зміцнення економічної безпеки малого і середнього підприємництва: Монографія / Васильців Т. Г., Волошин В. І., Гуменок А. М. – Львів: ЛКА, 2009. – 248 с.*

**Куцик В. І.**  
к.е.н., доцент,  
**Кліпкова О. І.**  
к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ФЕНОМЕН РИЗИКУ ВТРАТИ РЕПУТАЦІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС-СТРУКТУР**

Глобалізація клієнтів, ринків та ланцюгів постачання призводить до виникнення юридичних та етичних зловживань в країнах, де до дотримання етичних бізнес-норм ставляться не надто серйозно. Ще одним фактором ризику втрати репутації є зростання соціальних очікувань щодо бізнесу, які оформлені у вигляді ідеї корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Така ідея базується на врахуванні інтересів всіх зацікавлених суб'єктів у діяльності бізнес-структури. Важливим чинником є також зростання економічних злочинів та споживчого тероризму.

Варто зазначити, що під впливом різних чинників формування ризику втрати репутації втрачається довіра до бізнесу та формується високий рівень соціальний скептицизм, а це перешкоджає реалізації одній з умов підприємництва – формування сприятливого ставлення до

підприємницьких структур, як до однієї з ланок формування добробуту країни. За даними Барометра “Edelman Trust” лідерам бізнесу, які в 2012 році найбільше втратили суспільну довіру довіряли 38 % респондентів, на 12 % менше, ніж у 2011 році. Таке різке збільшення цінності по відношенню до бізнесу, безумовно, не допомагає в створенні гарної репутації. Можливість нейтралізувати ризик отримання негативної інформації про будь-яких негаразди у діяльності підприємств базується на даних досліджень:, що показують, що, коли компанія користується довірою, то 51 % його учасників вважають, що інформація про нього є позитивною, і тільки 25 % вважають, що негативною, якщо компанія не користується довірою, то до 57 % вважають, що інформація негативна, і тільки 15 % що позитивна.

Захист і зміцнення репутації в даний час стає одним з найбільш важливих стратегічних завдань керівництва компаніями. Особливо важливо захистити репутацію компанії від подій, які створюють ризик її втрати, та часто стимулюють виникнення кризових ситуацій.

До недавнього часу поняття ризику трактувалося негативно – як загроза. При такому підході ризик втрати репутації визначається як будь-яка подія, яка викликає втрату довіри зацікавлених сторін до компанії, продукту або бренду, і як наслідок, може викликати падіння цін на акції, зниження доходів, збільшення витрат, пов'язані з судовим провадженням та відшкодуванням збитків тощо. Однак сприйняття ризику лише через призму загрози призводить до того, що потенційні вигоди, які можуть спричинитись ситуацією невизначеності, втрачаються.

Іншими словами, ризик будь-якої дії, події або обставини, яка позитивно або негативно позначається на репутації компанії, може нести як можливість, так і загрози години [1].

Проте серед менеджерів, які займаються управлінням ризиками, немає консенсусу щодо того, чи репутаційний ризик слід розглядати як окрему категорію ризику, чи це просто наслідок інших видів ризику. Велика частина менеджерів (за дослідженням Economist Intelligence Unit, приблизно половина) вважають, що це окрема категорія ризику, яка має свої власні закони та вимагає спеціальних рішень [2]. З іншого боку, репутаційний ризик має певні джерела, виникає при певних подіях та спричиняє негативні наслідки для компанії. Що відрізняє ризик репутації від інших видів ризику, це те, що його каталізатор може бути будь-яким іншим типом ризику, що має свої причини, курс і наслідки. З цієї причини, ризик втрати репутації часто згадуються як “мета-ризик” – це зростаюче усвідомлення важливості репутації як джерела формування конкурентних переваг. Отже, ризик втрати репутації полягає у розриві між очікуваною та фактичною поведінкою компанії. З цієї точки зору варто зазначити три фактори, які збільшують ризик репутації: зростаючий розрив між репутацією організації та її фактичним станом, зміни в споживчих очікуваннях та суперечливості у прийнятті рішень між функціональними областями організації або окремими особами бізнесу [4].

Найбільш поширений підхід виділяє три категорії ризику втрати репутації: культурний, управлінський та зовнішній. Культурний ризик закріплений в організаційній культурі підприємства та стосується практики, політики та принципів роботи. Це тип ризику, який можна успішно визначити та можна уникнути при правильному управлінні.

Культурний ризик поділяється на правовий та етичні ризики. Перший з них стосується дотримання нормативних актів, які застосовуються до компанії. Більшість з яких є обов'язковими. Ризик втрати репутації спричиняє недбалість та свідоме порушення правил та стандартів, а його проявом є, наприклад, регулятивні втручання або судові позови. Етичний ризик – відноситься до дотримання етичних норм, встановлених керівництвом компанії або застосованих у певному суспільстві, які можуть бути виражені кодексами поведінки або етичними кодексами. Джерелом ризику є невідповідність між оголошеними принципами компанії і цінністю фактичних заходів, його проявами є, наприклад, знущання, корупція, шахрайство тощо.

Управлінський ризик розповсюджується на всю сферу прийняття рішень та виконання завдань усіма співробітниками компанії – від найнижчого до найвищого рівня організаційної структури. Джерела ризику можуть бути ідентифіковані за допомогою стратегії управління та контролю на підприємстві. Підприємства використовують різні інструменти у вигляді

систем раннього попередження або комісії внутрішнього контролю, однак вони не дають гарантії уникнення цього ризику. Цей ризик проявляється, наприклад, у недбалості реалізації завдань систем безпеки, забрудненні навколишнього середовища, поганих умовах праці, високих темпах нещасних випадків та ін. З іншого боку, управлінський ризик має відношення до нормального функціонування процесів, процедур і систем, визначення вартості продукції для клієнтів. Наприклад, в обробній промисловості це, як правило, питання контролю якості та розподілу, процесу оформлення та використання відповідних методів та моделей управління.

Останньою категорією ризику втрати репутації є зовнішній ризик, який, на відміну від попередніх, має джерело не в середовищі компанії. Найчастіше він пов'язаний з діловими партнерами: субпідрядниками, дистриб'юторами або представниками, а також із технологічними катастрофами або терористичними актами в цих сферах в світі, де працює компанія. Він поділяється на реляційний та екологічний ризик. Перший пов'язаний з діяльністю ділових партнерів компанії та стандартів, які вони застосовують, і можуть порушувати репутацію підприємства. Тому це частково передбачуваний ризик і може бути навмисно обмеженим, оскільки викликаний прийняттям управлінських рішень.

Навпаки, екологічний ризик повністю незалежний від компанії, практично непередбачуваний і його ефекти можна лише пом'якшити. Його виникнення пов'язане із факторами природного середовища (землетруси, повені та ін.) чи впливом технічних – кібератаки, втрати даних, розголошення комерційної таємниці та ін.). Вибір стратегії в управлінні таким проявом ризику також обумовлений масштабом кризи, яка проявляється в глибині та силі реакції зацікавлених сторін [5].

#### Список використаних джерел

1. Rayner J. *Managing reputational risk* / J. Rayner // Wiley & Sons – Chichester. – 2003. – С. 20.
2. Ross A. *Reputation: Risk of risks* / A. Ross // *The Economic Intelligence Unit*. – 2005. – С. 5.
3. Tonello M., *Reputation Risk* / M. Tonello // *A Corporate Governance Perspective, Research Report, The Conference Board, Inc.* – 2007. – С. 22.
4. Eccles R. *Reputation and its risks* / R. Eccles, S. Newquist, R. Schatz // *"Harvard Business Review"*. – 2007. – № 2. – С. 106.
5. Sz wajca D. *Źródła i determinanty ryzyka reputacji firmy* / D. Sz wajca // *MARKETING I RYNEK*. – № 10. – 2013. – С. 2-8.

Луцак Р. Л.

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## ЕКОНОМІЧНІ ІНТЕРЕСИ ЯК ОБ'ЄКТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

У контексті зміцнення економічної безпеки реального сектору економіки України варто насамперед визначити перелік базових, зумовлених відносинами власності та принципами економічної вигоди, мотивів і стимулів суб'єктів господарської діяльності до цілеспрямованих дій з метою задоволення індивідуальних динамічних потреб. Йдеться про економічні інтереси, які стають як орієнтирами державної політики економічного розвитку, так і індикаторами визначення рівня ефективності.

Варто зазначити, що завдяки раціональному набору економічних інтересів, які виявляють підприємства базових видів економічної діяльності, стає можливим достовірно: 1) дослідити причинно-наслідкові зв'язки зміни та розвитку явищ і процесів у системі державного регулювання забезпечення економічної безпеки; 2) оцінити рівень ефективності діяльності підприємств стосовно створених умов внутрішнього і зовнішнього економічного середовища; 3) скоригувати систему стратегічного програмування державної політики

забезпечення економічної безпеки; 4) з'ясувати залежності між стадіями життєвого циклу розвитку реального сектору економіки та пріоритетами стратегії державної політики зміцнення його економічної безпеки [4, с. 123-165].

Для суб'єктів реального сектору економіки головними пріоритетами є ресурсне забезпечення, яке дозволяє відновити втрачені виробничі потужності, підвищити фінансово-інвестиційну активність, впроваджувати інновації та передові науково-технологічні розробки і, таким чином, сформувати високий конкурентний стан. Утім, за будь-якого рівня ресурсної ефективності необхідною умовою її збереження чи підвищення є правова захищеність, яка також зумовлює формування системи економічних інтересів підприємств у динамічно змінному середовищі. У підсумку суб'єкти реального сектору економіки стають учасниками середовища, в якому кожен ставить за мету отримати певний результат, де достаточне його вираження та оцінювання досяжності вимірюється рівнем задоволення мотивів і потреб.

Відповідно економічні інтереси суб'єктів реального сектору економіки України варто розглядати як сукупність активів, результатів господарювання, ресурсів, прав, що є об'єктом захисту та визначають економічну мотивацію суб'єктів реального сектору економіки під час взаємодії зі суб'єктами їх внутрішнього і зовнішнього середовищ. Водночас перелік, сфери реалізації, умови вираження економічних інтересів підприємств можна виявити, враховуючи міру загроз функціонуванню.

Відомо, що основні взаємозв'язки суб'єктів господарювання формуються з органами державного управління, які регулюють процедури їх державної реєстрації та виходу на ринок, здійснюють нагляд та проводять перевірки господарської діяльності, безпосередньо надають права та визначають законодавчі обов'язки. Так, у створенні та започаткуванні діяльності економічні інтереси суб'єктів реального сектору економіки стосуються здійснення оптимальних витрат ресурсів, володіння вільним доступом до прав діяльності та утвердження високої відкритості процедур отримання державної підтримки для формування капіталу, наявності рівних можливостей для належної адаптації до ринкового середовища, гарантування високого рівня правової захищеності власності та інвестиційного капіталу, сформованості інституціонального середовища обслуговування системи інвестиційно-інноваційної діяльності.

Варто зазначити, що пріоритетне значення для національної економіки, коли існує гостра потреба у відновленні позицій та конкурентоспроможності вітчизняного виробництва, має підвищення інвестиційно-інноваційної активності суб'єктів реального сектору економіки. Тут від органів державної влади вимагається формування економіко-правового та інституціонального середовища, що сприяє покращанню інвестиційного забезпечення та стимулює збільшення обсягів інноваційної діяльності суб'єктів реального сектору економіки. Зокрема, в економіко-правовій та інституціональній площинах пріоритетами державної політики зміцнення економічної безпеки реального сектору економіки слід розглядати створення територіально-галузевих державно-приватних фінансово-інвестиційних кластерів, збільшення масштабів інноваційних проектів державно-приватного партнерства, формування та розвиток мережі інформаційно-консультативних маркетингово-комунікаційних центрів з підготовки та реалізації інвестиційно-інноваційних проектів, розроблення та реалізацію регіональних програм підтримки та сприяння інвестиційно-інноваційному розвитку базових і пріоритетних видів економічної діяльності.

Враховуючи високу актуальність стимулювання інноваційної активності у базових видах економічної діяльності, пріоритетами аналізованої державної політики України повинні стати збільшення обсягів державного замовлення в інноваційно активних підприємств із законодавчим закріпленням квотного принципу, запровадженням сукупності преференцій (податкових, митних, торговельних), наданням бюджетно-грантової кредитної підтримки, забезпеченням високого захисту майнових прав інтелектуальної власності.

Також в Україні належним чином необхідно сформувати інвестиційні передумови для розвитку інноваційної діяльності та забезпечення зростання реального сектору економіки. Йдеться про підвищення рівня доступності інвестиційних ресурсів, удосконалення інституціональної системи фінансово-кредитного та інвестиційного забезпечення,

стимулювання іноземного та міжгалузевого інвестування, розвиток альтернативних форм інвестування, зниження рівня інвестиційних ризиків [1, с. 52-57].

Однією із загроз для підприємницької діяльності є надмірний (подвійний) державний нагляд (контроль), який часто відбувається без дотримання законодавчих норм і правил, а в окремих випадках є засобом недобросовісної конкуренції. За таких обставин економічні інтереси суб'єктів реального сектору економіки під час та після проходження державних контрольних перевірок стосуються збереження фінансово-економічної міцності та техніко-технологічної цілісності, відсутності негативних змін у режимі, тривалості та продуктивності праці персоналу, організації морально-психологічного клімату трудового колективу, збереження комерційної таємниці, клієнтської та партнерської бази, бізнес-іміджу.

Вагомий вплив на економічну безпеку підприємств базових видів економічної діяльності України має конкурентне середовище, яке в державах з розвинутою економікою є справедливим, рівним та не має економічних обмежень. Утім, у національній економіці світові стандарти конкурентного середовища порушені. Часто органи державного регулювання конкуренції вступають у змову з монополями об'єднаннями, недобросовісними суб'єктами конкуренції та відстоюють їх бізнес-інтереси, незважаючи на встановлені законодавчі норми та правила. У таких умовах економічні інтереси вітчизняних підприємств стосуються утвердження правової визначеності норм конкурентної поведінки, досягнення співмірності державних і приватних бізнес-інтересів.

Окрім органів державного управління, вплив на реалізацію економічних інтересів мають інші суб'єкти господарювання, у тому числі інфраструктури ринку. Так, враховуючи сфери взаємозв'язків, економічні інтереси підприємств базових видів економічної діяльності варто розділити на інвестиційні (досягнення прийнятного рівня та ефективності інвестиційно-інноваційних витрат в обсягах діяльності, забезпечення належної капіталізації, розширеного відтворення та більш ефективного використання матеріальних, людських і фінансових ресурсів), технологічні (досягнення високого рівня техніко-технологічного оновлення виробничо-ресурсних потужностей), ринкові (отримання економічних вигод від проведення ділових розвідок, інформаційно-аналітичних досліджень із зовнішніми суб'єктами, збереження та нарощування стратегічного конкурентного потенціалу), інституційно-правові (гарантування права власності, не зазнавати впливу кримінальних угруповань та не ставати об'єктом рейдерства і корупції). Тут від органів виконавчої влади вимагається забезпечити розвиток базової інфраструктури підтримки господарської діяльності підприємств (бізнес-інкубаторів, фінансово-кредитних та страхових фондів, центрів консультативної та методичної підтримки) [2, с. 10-19].

Загрозливий характер економічної безпеці суб'єктів реального сектору економіки може мати їх недостатня взаємодія з громадськими та суспільними організаціями, іншими ринковими інституціями. Відповідно економічні інтереси суб'єктів господарювання у реальному секторі економіки базуються на інституційно-організаційних засадах та стосуються збереження й підвищення рівня конкурентоспроможності робочої сили, забезпечення доступу до ринку праці та зайнятості, досягнення високого рівня соціальної безпеки трудової зайнятості, задоволення споживчих потреб широких верств населення, випереджувального задоволення статичних і динамічних потреб споживачів, впливу на формування нових їх потреб, посилення участі у громадських проєктах з недопущення реалізації недоцільних для суспільства корпоративно-лобістських рішень, покращання системи соціального діалогу, соціально-економічного становища.

Відомо, що всі плани та заходи підприємства реалізує персонал. Сфера економічної безпеки не виняток. Тому ефективність досягнення стратегічних завдань залежить від якості налагодження соціально-трудових та комерційних відносин з персоналом. Варто відзначити спільні предмети таких відносин, де кожна зі сторін прагне посилити економічну віддачу від досягнення оптимального значення, як-от: продуктивність та ефективність праці, інтелектуальний капітал, професійно-кваліфікаційний розвиток, соціальна відповідальність, соціальний захист, соціальна безпека. Тут важливою є підтримка органів державної влади, яка буде спрямована на: 1) забезпечення зростання комплексної зайнятості населення через

розвиток державно-приватного та соціального партнерства, регуляторних процедур, бізнес-проекування; 2) підвищення продуктивності та ефективності праці завдяки реалізації практики довірчих відносин та рівного партнерства, колективних переговорів, партнерства сторін, нестандартної зайнятості, соціалізації інноваційної активності; 3) формування високої мотивації праці та рівня якості трудового життя через забезпечення міжфункціональної кооперації, інтересів мотивації праці, інтерактивності та спільної роботи сторін соціального діалогу, комунікативної співпраці [3, с. 120-141].

Таким чином, свідченням досягнення економічних інтересів суб'єктів реального сектору економіки України слід вважати сформованість середовища, у якому: 1) органи державного управління надають комплексну допомогу у створенні та започаткуванні господарської діяльності, гарантують безперешкодний доступ до прав діяльності, проводять об'єктивний нагляд та контроль, стимулюють розвиток конкуренції; 2) посилюються процеси інвестиційно-інноваційної інтеграції та розбудови об'єктів науково-дослідної і виробничо-технологічної інфраструктури; 3) забезпечується на високому рівні взаємодія суб'єктів господарювання з громадськими та суспільними інституціями, іншими ринковими інституціями; 4) відсутні будь-які впливи на бізнес-процеси з боку злочинних структур та суб'єктів недобросовісної конкуренції; 5) створені соціально-трудові умови для ділової співпраці та активності, фахово-кваліфікаційного розвитку, інтелектуалізації праці.

#### Список використаних джерел

1. Васильців Т. Г. Економічні аспекти диверсифікації підприємства з використанням інноваційних інвестицій / Т. Г. Васильців, Т. А. Городня, Р. Л. Луцак // *Інтелект XXI*. – 2017. – Вип. 1. – С. 52-57.
2. Васильців Т. Г. Пріоритети і засоби державної політики забезпечення економічної безпеки розвитку внутрішнього ринку в Україні / Т. Г. Васильців, М. І. Флейчук, Р. Л. Луцак // *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*, 2017. – Вип. 53. – С. 10-19.
3. Качмарик Я. Д. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства : монографія. / Я. Д. Качмарик, П. О. Куцик, Р. Л. Луцак, І. Я. Качмарик. – Львів : Літературна агенція "Піраміда". – 2012. – 208 с.
4. *System transformations of the national economy: challenges and expectations : Collective monograph edited by O. Vlasjuk, O. Ilyash, W. Olszewski, M. Osinska, V. Voloshyn. University of Economy Publishing House. Bydgoszcz, Poland. – 2016. –Vol. 1. – 242 p.*

**Олексин І. І.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## КОНЦЕПЦІЯ ТОВАРНОГО БАЛАНСУ ДЛЯ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ

Класична товарознавча концепція передбачає насичення асортименту товарів якомога більшою кількістю товарів із детальним опрацюванням стосовно глибини [1]. Її перевагою є зрівнювання шансів товаровиробників на демонстрацію своїх товарів широкій споживчій аудиторії, незалежно від маркетингової сили їх товарної пропозиції, а критерієм включення в торговельний асортимент товарних позицій – є рівень якості товарів. При цьому чим вище якісний рівень товарів, тим вищими є їх шанси бути включеними в асортимент товарів корпоративної роздрібно-мережі.

На думку автора, недоліком цієї концепції є ігнорування маркетингових чинників, які визначають вибір цільових споживчих ринків та певних варіантів товарних позицій. Вважаємо, що такими чинниками є, конкурентне оточення, компетенція працівників роздрібних торговельних мереж, інтегрованість стратегії просування товарів учасниками збутових каналів тощо. В результаті ігнорування маркетингових чинників відбувається зниження ефективності та результативності діяльності учасників товаропросувних каналів, у більшій мірі – роздрібних торговельних мереж. Це приводить до зниження мотивації працівників роздрібних торговельних

мереж, стосовно задоволення потреб споживачів (у тому числі і до формування безпосередньо цільового споживчого ринку) адекватного їх очікуванням.

Концепція категоричного менеджменту та ефективного відгуку на запити клієнтів ECR/CM передбачає управління не певними товарами, що мають свої переваги та недоліки, а товарними категоріями, що представляють товарну пропозицію, пропорційно складену з пропозицій всіх учасників ринку, причому в ринкових пропорціях. Перевагою цієї концепції є, так само як і в концепції класичного товарознавства, надання рівних шансів товарним пропозиціям від всіх учасників ринку та бути доступними в місцях продажу для широкої аудиторії покупців. Незаперечною вимогою до вищезгаданих товарів є їх відповідність параметрам певної товарної категорії. Рівні шанси, що надаються на основі цієї концепцією – є незалежними від масштабів діяльності учасників товарного ринку та спрямованості їх маркетингових зусиль.

Недоліком концепції ECR/CM є вказане раніше «нав'язування» обов'язкової для роздрібних торговельних мереж структури товарообороту, заниження шансів тих товаровиробників, яких ринкова частка невелика порівняно з конкурентами і, особливо, з лідером ринку [2]. Розподіл експозиційної площі роздрібних торговельної мережі під товарні пропозиції товаровиробників із малою ринковою часткою, згідно з цією концепцією, не дозволить їм бути відзначеними представниками сегменту цільової аудиторії в тому ж ступені, що і пропозиції лідерів ринку. В результаті – можливе зниження рівня диференціювання мережених магазинів, уповільнення торгово-технологічного процесу та зниження загальної купівельної активності. Впровадження цієї концепції призведе до падіння купівельного попиту та зниження об'ємів товарного виробництва. З цієї причини роздрібні торговельні мережі особливо з числа незалежних, із великим і середнім масштабом діяльності, відмовляються від застосування концепції ECR/CM.

Із урахуванням відмічених вище недоліків двох розглянутих концепцій управління асортиментом товарів (класичною товарознавчою та неокласичною – категорійного менеджменту ECR/CM) нами запропоновано власний варіант концепції, розроблений із врахуванням переваг описаних концепцій, із однієї сторони, та позбавлений їх недоліків – із іншої.

Запропонована концепція паритету потреб, відповідно до рис. 1, припускає наявність інтегрованих маркетингових каналів руху товару та баланс інтересів всіх учасників цих каналів. Для досягнення цієї рівноваги, що і є метою представленої до обговорення концепції паритету потреб, необхідно визначення та розуміння цілей всіх учасників інтегрованих каналів руху товару, включаючи представників цільового споживчого ринку. Останні з згаданих учасників є найважливішою ланкою цих каналів. Узгодження інтересів всіх учасників є необхідною умовою, з метою оптимізації мотивів їх діяльності в інтегрованих каналах руху товару.

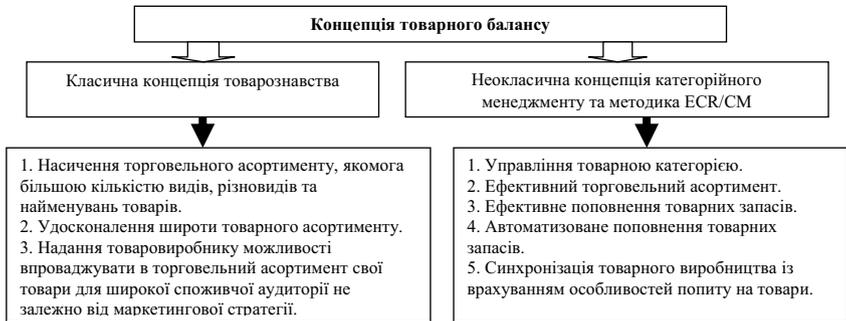


Рис. 1. Схема концепції товарного балансу для роздрібних торговельних мереж  
(власна розробка автора)

Концепція управління асортиментом товарів у товаропросувних ланках на основі паритету потреб включає тільки ті принципи класичного товарознавства та категорійного менеджменту, які не суперечать головній меті цієї концепції – збалансованості інтересів всіх учасників маркетингових каналів. Вважаємо, що перевагою даної концепції, є підсумовування переваг двох вище розглянутих концепцій за умови усуненні їх недоліків.

Однією із переваг запропонованої концепції паритету потреб є те, що її основою, як в концепції категорійного менеджменту та методиці ECR/CM, є інформаційний потік, що утворюється на принципі добровільного обміну об'єктивною інформацією учасниками руху товару. Вважаємо, що ця перевага є особливо цінною в умовах економічної невизначеності вітчизняного торгового простору. На думку автора, бар'єрами для ефективного управління асортиментом товарів у роздрібній торговельній мережі є невизначеність трьох видів стосовно: ринкової інформації, пропозиції та продажу товарів. Вважаємо за необхідне, все різноманіття використовуваних каналів у концепції товарного балансу методик і прийомів згрупувати за такими напрямками: 1) формування товарних категорій на основі емпіричних атрибутів товарів; 2) формування та управління попитом покупців у торговельних мережах на певні товарні категорії; 3) формування й управління відносинами між учасниками товаропросувної ланки, що впливають на ефективність товарних потоків; 4) взаємодія з учасниками ланцюга постачань для ефективної зворотної реакції щодо запитів покупців.

Отже, формування товарних категорій на основі економічних і емпіричних атрибутів товарів дозволяє створити гармонізований торговельний асортимент, що задовольняє як економічних інтереси учасників каналів руху товару, так і платоспроможний попит покупців. Такий асортимент товарів передбачає рівну можливість бути представленими в асортиментному переліку мережених магазинів товаровиробникам незалежно від масштабів діяльності для досягнення максимального ступеня задоволення попиту населення.

#### *Список використаних джерел*

1. Котлер Ф. *Маркетинг-менеджмент* / Котлер Ф. ; [пер. с англ. / под ред. О. А. Третьяка, Л. А. Волковой, Ю. Н. Каттуревскога]. – СПб. : Питер, 1999. – 896 с.
2. *Портер М. Конкуренция*. Пер. с англ. / М. Портер. – М. : Издательский дом "Вильям", 2000. – 495 с.

**Осіньська О. Б.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВНУТРІШНЯ ТОРГІВЛЯ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ**

Невід'ємною складовою функціонування підприємств в сучасних умовах є їх взаємодія із факторами внутрішнього та зовнішнього середовища, постійний вплив яких зумовлює необхідність їх врахування в діяльності, адаптуватись до змін таких факторів. Намагання адаптуватись до динамічних змін бізнес-середовища, забезпечити стійкість і витривалість є свого роду стимулом розвитку для підприємства.

Розвиток підприємства дедалі частіше стає об'єктом управління, метою, досягнення якої супроводжується розробкою програм, планів, організації, призначенням відповідальних та їх мотивуванням, контролем за виконанням.

Поряд з наявними особливостями її трактування, можна виділити спільні характеристики, як: наявність змін (кількісних, якісних та структурних), які зумовлюють перехід з одного стану в інший; властивості змін – незворотність, спрямованість і закономірність; адаптивність до змін бізнес-середовища; керованість.

Стосовно підприємств роздрібною торгівлі, розвиток можна трактувати, як керований процес кількісних, якісних і структурних змін, яким властиві незворотність, закономірність та спрямованість на нарощування потенціалу торговельного підприємства, які допомагають йому адаптуватись до змін бізнес-середовища, і сприяють задоволенню потреб споживачів у

товарах і послугах.

Основний зміст розвитку підприємств торгівлі – нарощування і використання свого потенціалу, що стає можливим завдяки збільшенню обсягів і ефективності господарської діяльності, що, в свою чергу, пов'язано зі зростанням забезпечення потреб споживачів в товарах і послугах.

Однією незмінною складовою сучасного розгляду поняття “розвиток підприємства” є його вимір, визначення результативності кількісних, якісних і структурних змін. Аналітики Асоціації агенцій регіонального розвитку під розвитком підприємства розглядають “Сучасну концепцію підвищення конкурентоспроможності підприємства, яка спрямована на упорядкування виробничих й управлінських процесів на підприємстві та передбачає послідовне системне застосування комплексу відповідних інструментів й порівняно довгого співробітництва” Роздрібне торговельне підприємство в силу розвитку конкуренції в районі його діяльності, виходячи із спеціалізації чи масштабів діяльності, може бути лідером, проте функціонувати збитково і неефективно. Також в численних сучасних дослідженнях зустрічаємо як результат розвитку “нагромадження кількісного потенціалу”, “підвищення науково-технічного рівня, економічної і соціальної ефективності діяльності, поліпшення якості управління”, “удосконалювання засобів виробництва й структури виробництва”, “збільшення можливостей та бажань виробничо-економічної системи задовольняти свої бажання” тощо, які відображають покращення відокремлених складових господарської діяльності підприємств.

Основними індикаторами розвитку роздрібних торговельних підприємств (за функціональним напрямом) виступають позитивні динамічні зміни, наприклад:

- операційної діяльності (обсяг товарообороту, прибутку операційної діяльності, оборотності товарних запасів, продуктивності праці, оптимізації рівня витрат обігу, зростання рентабельності торговельної діяльності);
- фінансової діяльності (обсяг чистого прибутку, розмір власного капіталу, показники фінансового стану, оборотність обігових активів, середній чек придбання, рівень націнки, розмір і співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості, показники фінансової рівноваги, тощо);
- маркетингової діяльності (удосконалення товарного асортименту, удосконалення каналів продаж, впровадження нових форматів продаж, наявність та кількість власних торгових марок, залишки товарних запасів, тощо);
- інноваційної діяльності (впровадження інновацій, ефективність інновацій, тощо);
- інвестиційної діяльності (інвестування в товарні запаси, в основні засоби, розширення торгових площ, створення нових об'єктів торгівлі, тощо).
- діяльності під час реалізації соціальної функції торговельними підприємствами (зростання числа споживачів та постійних споживачів, задоволення потреб клієнтів, забезпечення трудової зайнятості, тощо).

Згідно ресурсного підходу індикаторами розвитку можуть бути позитивні динамічні зміни у кількості, складі (структурі), якості ресурсів торговельного підприємства, наприклад:

- індикатори зміни матеріально-технічних ресурсів (наявність, склад, основних засобів, співвідношення між пасивною та активною частинами основних засобів, ефективність основних засобів, наявність сучасного торговельного та касового обладнання, пропускну спроможність торговельних та складських площ, тощо);
- індикатори змін товарних ресурсів (обсяги та умови закупівлі товарів, встановлені господарські зв'язки з постачальниками, асортимент товарної пропозиції, його широта, глибина, оновлюваність та відповідність попиту, тощо);
- індикатори зміни фінансових ресурсів (обсяг чистого прибутку, рівень націнки, власний капітал, амортизація основних засобів, стан активів, ліквідність, можливість та обсяги отримання кредитів, тощо);
- індикатори зміни трудових ресурсів (чисельність та кваліфікаційний і демографічний склад працівників, ефективність праці, тощо);

- індикатори зміни нематеріальних ресурсів (гудвіл, наявність та кількість товарних знаків, торговельних марок, наявність ліцензій, тощо).

Кількісні і структурні зміни спонукають до якісних перетворень системи, якою є торговельне підприємство. Тобто, зростання товарообороту, його фізичного обсягу, прибутку торговельного підприємства – є його кількісними змінами, які можуть бути зумовлені зміною структури торговельної націнки, структури асортименту. Проте, саме вони спонукають до зміцнення та подорожчання такого підприємства на ринку, що є його якісними характеристиками, які відображають розвиток.

Сутність виміру розвитку роздрібних торговельних підприємств розкривається насамперед в нарощуванні їх потенціалу, зростанні товарообороту, як основного обсягового показника діяльності та покращенні основних показників роботи підприємства, як кількісних (обсяг прибутку, розмір власного капіталу, вартість підприємства), так і якісних (оборотність товарних запасів, продуктивність праці, ресурсовіддача тощо). В торгівлі загалом, та в роздрібній – особливо, товарооборот може зростати за рахунок цін, не залежно від змін в потенціалі підприємства, тому для оцінки розвитку доцільно враховувати фізичний обсяг товарообороту, його динаміку.

Оцінка динамічних змін та їх характеру щодо основних індикаторів роботи торговельних підприємств дозволяє виявити кількісні, якісні та структурні зміни, притаманність їм незворотності, закономірності та спрямованості на нарощування потенціалу торговельного підприємства в процесі задоволення потреб споживачів в товарах і послугах, тобто розвитку торговельних підприємств

Основою успішного управління є логічно пов'язаний набір стратегій фірми, фінансової політики – націлених на розвиток роздрібногo торговельного підприємства, за відповідного фінансового забезпечення, де всі ці елементи посилюють свою дію і не суперечать один одному. Динамічні взаємозв'язки між основними управлінськими рішеннями стосовно формування стратегії, відповідної фінансової політики та відповідним фінансовим забезпеченням розвитку роздрібногo торговельного підприємства.

**Перепьолкіна О. О.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ РОЗМІЩЕННЯ ДЕПОЗИТІВ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ВАЛЮТІ ДЛЯ ДОМОГОСПОДАРСТВ УКРАЇНИ**

Одним з найбільш поширених напрямів розміщення заощаджень українських домогосподарств є депозитні вклади. Економічні потрясіння спровокували масовий відтік депозитів із банківської системи у 2014-2015 рр. як у національній, так і в іноземній валюті. Щодо депозитних вкладів в національній валюті, то середньозважені процентні ставки за ними впродовж останніх років демонструють суттєве скорочення (див. табл. 1).

*Таблиця 1*

### **Процентні ставки за строковими депозитами, залученими банками у фізичних осіб у 2014-2017 рр.**

Період	Середньозважені ставки в річному обчисленні, %	
	у національній валюті	в іноземній валюті
грудень 2014	20,1	8,8
грудень 2015	20,6	7,8
грудень 2016	17,0	5,9
грудень 2017	13,8	3,3

*Джерело: [1].*

З одного боку це є наслідком процентної політики НБУ, а з іншого – наслідком надлишкової ліквідності банківського сектора, оскільки за умов практичної відсутності реального кредитування у комерційних банків просто немає потреби залучати «дорогі» гроші. Отже, оформлення депозитної угоди в національній валюті, як способу розміщення заощаджень домогосподарства, за існуючої ситуації наврядчи призведе до суттєвого їх примноження. Відверта незацікавленість банківських установ та відповідна процентна політика НБУ – не єдині стримуючі чинники. Високим є ризик втрати заощаджень через масове банкрутство фінансових установ: якщо у 2014 р. на ринку функціонувало понад 180 комерційних банків, то станом на 01.12.2017 р. кількість діючих банків склала лише 86 [2]. Збитковий фінансовий результат діяльності банківської системи України є традиційним для останніх років. Хоча у разі банкрутства комерційного банку законодавством передбачено повернення державою грошових вкладів фізичним особам у межах гарантованої суми 200 тис. грн. (проте без нарахованого процентного доходу), функціонування системи гарантування вкладів є недосконалим. Нажаль, керівництво ФГВФО часто не поспішає визнавати банк неплатоспроможним, навіть коли у банківської установи вже протягом декількох місяців існують проблеми із виплатою депозитів. Крім того, не завжди дотримуються встановлені Законом України «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» (ст. 36) [3] терміни виплати коштів з поточних рахунків і депозитів, строк дії яких закінчився. На практиці з моменту визнання банку проблемним, а згодом – неплатоспроможним, й введення тимчасової адміністрації до початку виплат вкладникам коштів може пройти в середньому 9-12 місяців. Ризик такого тривалого очікування повернення власних заощаджень, безумовно, є суттєвою перешкодою для їх розміщення. Відтак, важливим завданням є удосконалення роботи системи гарантування вкладів, з тим щоб максимально скоротити відрізок часу з моменту, коли виникли проблеми з отриманням власних коштів вкладником банку, і до моменту одержання компенсації від держави.

Не менш вагомою перешкодою для розміщення гривневих депозитів є суттєві інфляційні коливання. Це яскраво продемонстрував досвід 2015 р., коли рівень інфляції більше, ніж вдвічі перевищував процентні ставки за депозитами, залученими у фізичних осіб. За таких умов не лише не відбувається примноження заощаджень, що є основною метою їхнього розміщення, а навпаки, реальна вартість заощаджень зменшується під тиском інфляційних процесів.

За підсумками 2016 р. інфляцію вдалося приборкати до рівня 12,4 %. Відтоді середньозважені процентні ставки за строковими депозитами фізичних осіб вищі за рівень інфляції, проте ситуацію, що склалася важко назвати стабільною, оскільки протягом 2016-2017 рр. процентні ставки за строковими депозитами фізичних осіб мали стійку тенденцію до зниження, а рівень інфляції, хоча й незначною мірою, проте зростав. Розміщення заощаджень домогосподарств у формі депозитних вкладень в національній валюті стане більш привабливим у разі втілення в життя оптимістичних прогнозів стратегії інфляційного таргетування щодо зменшення рівня інфляції до однозначного показника. Нажаль за результатами 2017 р. задекларованого у дорожній карті НБУ з інфляційного таргетування рівня інфляції у 8 % не було досягнуто [4].

Суттєвим ризиком для даного способу розміщення заощаджень українськими домогосподарствами є девальвація гривні. Впродовж 2014-2017 рр. українська національна валюта подешевшала більше, ніж втричі по відношенню до долара США (див. табл. 2).

*Таблиця 2*

### **Офіційний курс гривні щодо долара США у 2013-2017 рр.**

(середній за період, грн.)

Назва валюти	Роки				
	2013	2014	2015	2016	2017
100 доларів США	799,30	1188,67	2184,47	2555,13	2659,66

*Джерело: [5].*

Таким чином, вклавши, наприклад, 10 тис. грн. під 18 % річних у січні 2014 р. (близько \$1250 за курсом НБУ 7,99 грн./USD станом на кінець січня 2014 р.), через рік

вкладник отримав би 11,8 тис. грн., що склало б лише \$730 за курсом НБУ 16,16 грн./USD станом на кінець січня 2015 р.

Отже, основними ризиками розміщення заощаджень домогосподарствами у формі депозитних вкладів у національній валюті є ймовірність банкрутства фінансових установ, недосконалість функціонування системи гарантування вкладів, інфляційні коливання та процеси девальвації національної грошової одиниці. Основними напрямками підвищення перспективності розміщення заощаджень в національній валюті є: – підвищення довіри до національної банківської системи, що потребує транспарентності заходів монетарного регулювання, оперативного оприлюднення фінансової звітності комерційних банків та уникнення законодавчих змін, які дискримінують права вкладників; – недопущення значних інфляційних коливань та забезпечення цінової стабільності згідно з визначеними орієнтирами стратегії інфляційного таргетування; – удосконалення функціонування системи гарантування вкладів, щоб максимально скоротити відрізок часу з моменту, коли виникли проблеми з отриманням власних коштів вкладником банку, і до моменту одержання компенсації від держави; – підвищення результативності застосування інструментарію монетарної політики, в першу чергу облікової ставки та процентного каналу.

#### **Список використаних джерел**

1. Процентні ставки банків за строковими депозитами фізичних осіб, 2017 : [Електронний ресурс] // Національний банк України. – Режим доступу : [bank.gov.ua/doccatalog/document?id=54032](http://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=54032).
2. Основні показники діяльності банків України, 2017 : [Електронний ресурс] // Національний банк України. – Режим доступу : [bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=34661442&cat\\_id=34798593](http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=34661442&cat_id=34798593).
3. Закон України “Про систему гарантування вкладів фізичних осіб” від 23.02.2012 р., № 4452-VI (поточна редакція від 06.01.2018 р.) / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [zakon2.rada.gov.ua/laws/card/4452-17](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/card/4452-17).
4. Дорожня карта Національного банку України з переходу до інфляційного таргетування, 16.03.2016 р. : [Електронний ресурс] // Національний банк України. – Режим доступу : [bank.gov.ua/doccatalog/document?id=28704716](http://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=28704716).
5. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют, 2018 : [Електронний ресурс] // Національний банк України. – Режим доступу : [bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat\\_id=7693080](http://bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=7693080).

**Перепьолкіна О. О.**

к. е. н., доцент,

**Баняшнин Г. І.**

д. е. н., професор,

**Зав'ялова О. Р.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРО ЕФЕКТИВНІСТЬ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ГІПОКАПІТАЛІЗОВАНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ**

Гіпокапіталізованими можна вважати лише такі мікроекономічні системи, в яких питома частка приватного капіталу дуже незначна, а майже весь капітал перебуває у руках держави. За своєю соціально-економічною суттю гіпокапіталізовані системи не є ще приватними, вони лише починають ставати такими і перебувають на початковому етапі еволюції від систем державного (соціалістичного) типу до систем змішаного, а далі, можливо, і власне капіталістичного типу. Для цілей подальшого наукового аналізу ефективності капіталізації гіпокапіталізованих систем, вважемо ще на одну їх особливість. Якщо мікроекономічні гіпокапіталізовані системи надалі можуть еволюціонувати в чисті капіталістичні системи (тобто вони із суто державних можуть через певний проміжок часу перетворюватися в суто приватні і цей процес може бути завершеним в досить короткий історичний період), то макроекономічні гіпокапіталізовані системи не можуть навіть через дуже значний проміжок часу перетворитися в чисті капіталістичні системи. Вони

еволюціонують лише в бік їх перетворення в системи квазікапіталістичні або власне капіталістичні (змішані).

Зaujаємо, що в Україні трансформація мікроекономічних систем із чистих державних в чисті приватні, як відомо, почала відбуватись на початку 90-х років ХХ ст. спочатку через так звану “паперову приватизацію” (приватизаційні сертифікати), а далі – через “грошову” приватизацію. “Паперова” приватизація слабо змінила їх соціально-економічний характер чи природу, вони і надалі продовжували бути державними системами (але дещо модифікованими у явно кримінальний бік). Лише з початком “грошової” приватизації почала докорінним чином змінюватись соціально-економічна (власницька) природа більшості мікроекономічних систем в різних галузях національної економіки. На нашу думку, “паперову” приватизацію слід розглядати як невдалу спробу приватизації соціалістичним методом. Це по суті була ще формальна, а не реальна приватизація, яка не могла підвищити рівень економічної ефективності функціонування мікроекономічних систем, а навпаки – різко його знизила, чим певною мірою дискредитувала саму ідею приватизації, приватної власності взагалі, внаслідок чого почалася активна реанімація соціалістичних ідей і відповідної ідеології (точніше, комуністичних ідей).

Економічна ефективність капіталізації залежить не тільки від ринкового періоду і її масштабу, але й від її початкового рівня. Виходячи з цього, виділяють такий тип економічних систем як незначно капіталізовані (або навіть некапіталізовані), в яких вихідний рівень капіталізації досить незначний. Такі системи можна ще інакше кваліфікувати як гіперсоціалізовані системи (або чисті чи майже чисті соціалістичні системи, що базуються на державній формі власності на основні матеріальні ресурси чи фактори виробництва). Незначно капіталізовані або некапіталізовані економічні системи найчутливіші (найеластичніші) до зміни рівня їх капіталізації. Навіть незначна капіталізація таких систем може призвести до значного економічного ефекту (або навіть гіперзначного зростання рівня ефективності їх функціонування).

Можна умовно виділити два різновиди таких незначно капіталізованих економічних систем: абсолютно некапіталізовані (чисті соціалістичні) економічні системи. Вони найчутливіші до зміни рівня капіталізації. Тобто незначне підвищення рівня капіталізації таких систем призводить до гіперзначного зростання рівня економічної (і тільки економічної, і тільки в короткотривалому ринковому періоді) ефективності їх функціонування

Щоправда, у цій статті процес капіталізації ми розглядаємо з позицій його економічної ефективності і лише в короткотривалому ринковому періоді. Поза рамками цих двох передумов наслідки розвитку процесу капіталізації певних систем можуть бути не тільки дещо відмінними, але й протилежними. На нашу думку, капіталізація незначно капіталізованих в соціальному і соціально-духовному плані і в короткотривалому ринковому періоді супроводжуватиметься, як правило, негативними соціально-економічними та соціально-духовними наслідками. Тобто у короткотривалому ринковому періоді капіталізація (навіть незначна) таких систем викликати негативний соціальний (соціально-економічний) і соціально-духовний (соціально-інтелектуальний) ефект. Під першим ми розуміємо ступінь впливу на матеріальне становище членів певного колективу, а під другим – ступінь впливу на інтелектуально-духовний розвиток. Особливо негативним в даних економічних умовах буде вплив процесів капіталізації на соціально-духовний розвиток людини.

Ще інший характер матимуть соціальні і соціально-духовні наслідки розвитку процесів капіталізації незначно капіталізованих економічних систем в довготривалому і гіпердовготривалому ринковому періоді. Капіталізація незначно капіталізованих економічних систем у довготривалому ринковому періоді загалом може мати або незначні негативні чи нейтральні (нульові), або незначні позитивні соціальні наслідки. У зоні формування нульового соціального ефекту капіталізації незначно капіталізована економічна система перебуває у стадії капіталізаційної соціальної дисрівноваги. Як правило, ця “зона” обмежується” рамками власне довготривалого ринкового періоду. Довготривалий ринковий

період можна розділити умовно на три “зони”: квазідовготривалий, власне довготривалий і наддовготривалий період. Капіталізаційна соціальна рівновага формується саме в “зоні” власне довготривалого періоду. За рамками власне довготривалого ринкового періоду (“до” і “після” нього, тобто в “зоні” квазідовготривалого чи наддовготривалого періодів) незначно капіталізована економічна система перебуває у стані капіталізаційної соціальної дисрівноваги, вона поступово переходить із негативної у стан позитивної дисрівноваги. Щоб такий перехід відбувався, капіталізація повинна тривати, а не зупинятися, інакше вона матиме переважно негативні соціальні ефекти.

Якщо в соціальному плані (з позицій рівня і динаміки соціальної ефективності функціонування) незначно капіталізована економічна система стабілізується вже у довготривалому ринковому періоді, то в духовному плані вона досягає стану рівноваги лише в гіпердовготривалому ринковому періоді. У короткотривалому ринковому періоді капіталізація незначно капіталізованих систем в інтелектуальному плані (з позицій рівня соціально-духовної ефективності їх функціонування) є гіпернеефективною і супроводжується формуванням гіпернегативного духовного (інтелектуального) ефекту.

У довготривалому ринковому періоді подальша капіталізація вже менш негативно впливає на рівень соціально-духовної ефективності функціонування цих систем, однак вона також супроводжується формуванням негативного (хоча і менш значного) соціально-духовного ефекту

І лише в гіпердовготривалому ринковому періоді вплив капіталізації на соціально-духовний розвиток буде позитивним.

Капіталізаційної духовної рівноваги незначно капіталізована економічна система досягає лише у гіпердовготривалому ринковому періоді, на тому відрізку, який можна кваліфікувати як метагіпердовготривалий період (а не квазігіпердовготривалий, чи власне гіпердовготривалий). У “зоні” квазігіпердовготривалого ринкового періоду позитивні духовні ефекти розвитку процесу капіталізації – незначні, у “зоні” власне гіпердовготривалого періоду вони стають значними, а в “зоні” метагіпердовготривалого періоду вони вже не тільки гіперзначні, але й такі, що зрівноважуються з негативними духовними ефектами, що формуються в короткотривалому і довготривалому ринкових періодах. Тільки у цьому метагіпердовготривалому ринковому періоді незначно капіталізована економічна система досягає стану її капіталізаційної духовної рівноваги.

#### *Список використаних джерел*

1. Шевчик Б. М. Григорій Башнянин: Внесок у розвиток економічної науки та бібліографічний покажчик праць. – Львів : Ліга-Прес, 2017 р. – С. 500-510.
2. Башнянин Г. І. Економічні системи: методологічні проблеми методологічного аналізу ефективності капіталізації, лібералізації, соціалізації і дерегулювання. – Львів : Ліга-Прес, 2017 р. – С. 317-380.

**Середя С. А.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **АНАЛІЗ СТАНУ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах господарювання торгівля розглядається як вид підприємницької діяльності з організації купівлі-продажу товарів та надання послуг покупцям. Реалізація товарі особистого, сімейного, домашнього користування, не пов'язаного з підприємницькою діяльністю, кінцевому споживачеві, що є завершальним етапом їхнього просування із виробничої сфери, торговельне обслуговування та надання послуг покупцям називається роздрібною торгівлею [2, с. 435]. Вона виступає провідною ланкою системи торговельного обслуговування і тісно пов'язана з розвитком економіки, матеріальним і культурним життям населення. В той же час роздрібна торгівля відіграє вирішальну роль у забезпеченні

особистого споживання. На неї покладено важливе соціальне завдання – найбільш повне задоволення потреб усіх членів суспільства у товарах народного споживання.

Основною метою дослідження є визначення сучасних тенденцій розвитку роздрібною торгівлі і пошук пріоритетних напрямів її розвитку в Україні.

Спираючись на статистичні дані Статистичного щорічника України можна охарактеризувати розвиток роздрібною торгівлі проаналізувавши її оборот (рис. 1).

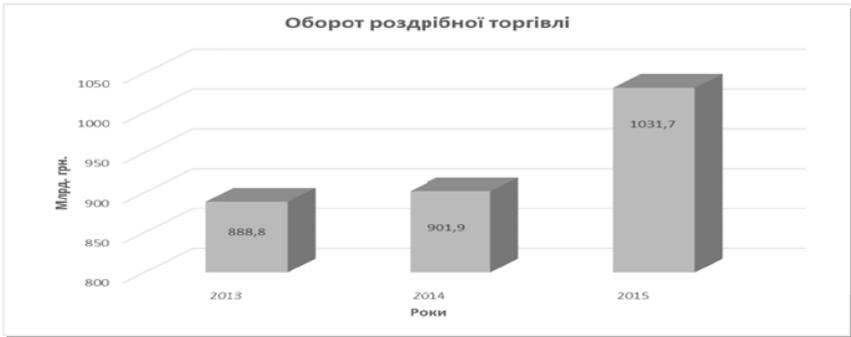


Рис. 1. Товарооборот роздрібною торгівлі [1, с. 415]

Якщо проаналізувати співвідношення продовольчих і непродовольчих товарів у роздрібному товарообороті за період 2013-2015 років то можна зробити наступні висновки:

- зростає частка продовольчих товарів у товарообороті підприємств роздрібною торгівлі з 39% до 41%;
- частка непродовольчих товарів зменшується, що свідчить про негативну тенденцію зниження купівельної спроможності населення [1, с. 426].

Спираючись на статистичні дані Статистичного щорічника України проаналізуємо роздрібний товарооборот торгівлі за 2014-2016 роки [1, с. 418]. Найбільший оборот роздрібною торгівлі у грошовому вимірі характерний для Дніпропетровської, Харківської, Одеської, Львівської і Київської областей. У той же час найнижчі показники в розрізі областей України характерні для Луганської, Чернівецької, Тернопільської, Чернігівської, Кіровоградської. Якщо ж аналізувати індекси фізичного обсягу обороту роздрібною торгівлі у 2016 р. порівняно з 2015 р. можемо зазначити що відбулося зростання цього показника по всій території України. Однак за цей період спостерігається падіння даного показника по Волинській, Донецькій, Рівненській і Чернівецькій областях.

Таким чином загальну тенденцію, що спостерігається на ринку роздрібною торгівлі України можна охарактеризувати як негативну. Загалом у 2016 році відбулося збільшення продажу у більшості сегментів роздрібною торгівлі, роздрібний товарооборот у грошовому виразі збільшився на 1,7 %. У 2016 р. загальний оборот склав 2731,3 млрд. гривень: оборот роздрібною торгівлі зріс у грошовому виразі на 13,9 % та оборот оптової торгівлі на 25,1 % [1].

В той же час варто зазначити, що поряд з погіршенням кількісних показників, які характеризують тенденції розвитку роздрібною торгівлі, слід відмітити покращення якості торговельної мережі, підвищення культури торговельного обслуговування. В першу чергу це пов'язано з експансією інвестицій іноземних торговельних операторів, покращенням використання вітчизняного капіталу, який вкладається в сферу української торгівлі.

Роздрібна торгівля товарами народного споживання в Україні здійснюється переважно у роздрібних торгових підприємствах різних форм власності. В Україні за період

2014-2015 років кількість підприємств роздрібно́ї торгівлі скоротилась на 264 одиниці або на 3,3 %.

Розглянемо більш детально тенденції розвитку торгових підприємств які здійснюють роздрібно́ю торгівлю товарами народного споживання. Крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами (табл. 1).

Аналізуючи дані таблиці 1 можна зробити наступні висновки:

- більша половина підприємств роздрібно́ї торгівлі реалізує продовольчі товари, в яких основну частку складають неспеціалізовані магазини;
- кількість магазинів які реалізують непродовольчі товари склали у 2015 році 46,5 % від загальної кількості підприємств роздрібно́ї торгівлі, серед них основну частку складають спеціалізовані магазини;
- в той же час слід відмітити, що за досліджений період відбулося незначне зростання, на 0,1 %, кількості спеціалізованих роздрібних підприємств, від загальної кількості, в яких здійснювався продаж продовольчих товарів, і аналогічно на 0,6 % – непродовольчих товарів.

Таблиця 1

**Кількість підприємств, які здійснювали діяльність із роздрібно́ї торгівлі, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами [1, с.435]**

Показники	2014		2015		+, -	
	од.	відсотків до підсумку	од.	відсотків до підсумку	од.	відсотків до підсумку
Усього	8053	100,0	7789	100,0	-	-
у тому числі підприємств, що торгують переважно продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами	4250	52,8	4075	52,3	- 175	- 0,5
у спеціалізованих магазинах	566	7,0	556	7,1	-	+ 0,1
у неспеціалізованих магазинах	3684	45,8	3519	45,2	- 165	- 0,6
непродовольчими товарами	3700	45,9	3621	46,5	- 79	- 0,4
у спеціалізованих магазинах	3336	41,4	3274	42,0	- 62	+ 0,6
у неспеціалізованих магазинах	364	4,5	347	4,5	- 17	-
поза магазинами, з лотків та на ринках	103	1,3	93	1,2	- 10	- 0,1

Підсумовуючи вищевикладене робимо наступні узагальнення:

- роздрібно́ю торгівля України перебуває у кризовому стані, про що свідчить скорочення мережі стаціонарних роздрібних торгових підприємств;
- гривневий ріст товарообороту не свідчить про зростання фізичних обсягів реалізації товарів, в т.ч. і продовольчих;
- зниження купівельної спроможності населення призвело до збільшення частки продовольчих товарів у загальному товарообороті.

Подальший розвиток роздрібно́ї торгівлі у державі можливий лише за умови зростання економіки України в цілому.

**Список використаних джерел**

1. Статистичний щорічник України за 2015 рік. – за ред. І. М. Жук. – Київ, 2016. – 574 с.
2. Комерційна діяльність: підруч. / За ред. проф. В. В. Анопія. – вид. 2-ге, перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 558 с.

## ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАРКЕТПЛЕЙСІВ У СИСТЕМІ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

Активний розвиток сфери Інтернет-технологій, посилений значним збільшенням кількості онлайн-покупок, сприяє створенню майданчиків, котрі пов'язують постачальників товарів або послуг із клієнтом. Це і є маркетплейси – електронні торговельні майданчики, що одночасно працюють на приваблення постачальників і кінцевих споживачів. При цьому покупець може порівнювати і купувати товари відразу від декількох постачальників. Основний принцип функціонування маркетплейсів – широкий асортимент, тобто, чим більше товарів різних категорій буде запропоновано продавцями, тим більша імовірність придбання цих товарів покупцями.

Про ефективність маркетплейсів безпосередньо свідчить той факт, що ще у 2016 р. обсяги продажу на них склали майже 50 % усієї Інтернет-торгівлі у світі. Саме за цією моделлю працюють загальновідомі Amazon, Alibaba та eBay. Зокрема, кількість щомісячних відвідувань одного лише Amazon за даними Similarweb складає 1,6 млрд., чисельність активних клієнтів у всьому світі перевищує 300 млн., до роботи на маркетплейсі залучені понад 2 млн. сторонніх продавців, а його сумарний оборот у 2016 р. оцінювався у 136 млрд. дол. США.

Маркетплейси є одним із найбільш дієвих інструментів розширення асортименту без збільшення витрат, тому така модель є актуальною для різних галузей. У деяких випадках компанії (як реальні, так і мережеві) стикаються з браком ресурсів, однак мають на меті стабілізацію та розширення бізнесу, оскільки після створення маркетплейсу забезпечується суттєве розширення клієнтської аудиторії. Разом з тим маркетплейси за своєю сутністю є універсальними майданчиками, тому ризики, пов'язані зі зміною попиту на певний товар, для них є мінімальними. Фактично, яка б із товарних категорій не зростала, майданчик росте разом з нею.

Крім того, електронний майданчик забезпечує продавцям технічну та технологічну підтримку їх бізнесу, спрощуючи вихід в онлайн, допомагаючи зразу генерувати продажі, вирішуючи питання SEO й контекстної реклами. Найчастіше модель маркетплейсу застосовується суб'єктами електронної комерції, IT-компаніями, великими ритейлерами, логістичними та поштовими операторами та фінансовими установами.

Основними відмінностями маркетплейсів від традиційних електронних майданчиків, що також пропонують товари та послуги, є, насамперед, наявність організації, що виконує функції оператора майданчика (формує єдину політику роботи з постачальниками, бере на себе відповідальність за якість товарів, забезпечує обробку замовлень і логістику). Наприклад, вітчизняні маркетплейси prom.ua, bigl.ua, kabanchik.ua, crafta.ua, goodini.ua, на яких зосереджено майже чверть усіх онлайн-продажів в Україні, управляються компанією EVO. Крім того, на маркетплейсі повинні бути налагоджені процеси підключення постачальників (мерчантів) до торговельної платформи та виведення їх асортименту на клієнтську аудиторію. Важливим моментом є також налагоджування єдиної технології взаєморозрахунків із постачальниками та процесів обслуговування клієнтів.

Загалом маркетплейси з урахуванням специфіки взаємодії учасників функціонують у трьох бізнес-моделях: C2C (споживач для споживача), B2C (бізнес для споживача) та B2B (бізнес для бізнесу).

C2C-маркетплейси передбачають, що люди, котрі збираються на майданчику, не є підприємцями. Зазвичай вони мають певну схожість стосовно інтересів, достатку, віку тощо. Також вони активно можуть мінятися ролями – сьогодні купувати, завтра продавати. Саме в цьому сегменті стали активно з'являтися окремі спеціалізовані проекти, які діють за схемою

маркетплейсів, що для цієї моделі є загалом нехарактерним. Найчастіше комерційні інтереси учасників при цьому зосереджуються на економії коштів під час придбання товарів чи послуг, тому вони формуються у соціальних сферах, котрі найчастіше передбачають формування співтовариств за інтересами. Прикладами такої бізнес-моделі слугують сервіси BlaBlaCar (пошук попутників), Couchsurfing (безкоштовне розміщення мандрівників), DogVacay (утримання домашніх тварин під час відсутності господарів), SkillShare (навчання онлайн).

На B2C-маркетплейсах взаємодіють підприємці та їх клієнти. Перевага таких майданчиків, насамперед, полягає в концентрації значної кількості комерційних пропозицій на одному сайті, при цьому кожен продавець діє від свого імені. Саме так працює, наприклад, AliExpress, сайт якого щомісяця відвідує понад 525 млн. користувачів.

У деяких випадках бізнес-модель B2C стає наступником C2C. Це відбувається у тому разі, коли на C2C майданчику концентрується велика кількість учасників, тому бізнес-структури помічають формування нового ринку зі своєю цільовою аудиторією. Професійні продавці домовляються про розміщення своїх продуктів на сайті, внаслідок чого той частково чи повністю перетворюється в B2C. Інший варіант такого перетворення має місце, коли приватні учасники маркетплейсу отримують мінімальний прибуток від угод і, вирішивши далі розвивати власну справу, стають підприємцями.

У сегменті B2B бізнес-структури реалізують товари та послуги іншим бізнес-структурам на вигідних умовах. Прикладом цієї моделі може вважатися маркетплейс Alibaba, де представлено понад 40 категорій товарів (електроніка, авто-, мото- і побутова техніка, одяг, обладнання й інструменти та ін.) і котрий дає змогу підприємцям робити оптові замовлення.

Популярність маркетплейсів серед покупців пояснюється доступністю значної кількості товарів і послуг на майданчику за умови дотримання їх високої якості, достатньої цінової привабливості та надання необхідних гарантій. Разом з тим, будь-які проблеми вирішуються без звернення до кожного постачальника окремо за принципом “єдиного вікна”.

Основним джерелом доходів маркетплейсів є, найчастіше, комісія з проведення транзакцій або з продажу власних товарів чи послуг. Також маркетплейси можуть надавати додаткові послуги, такі як таргетування розсилок, промо-прозміщення, SEO-оптимізація тощо в якості преміум-сервісів для мерчантів.

Слід зауважити, що у вітчизняній практиці частка “чистих” маркетплейсів становить лише близько 20 %. Саме до них належать проекти вищезгаданої компанії EVO. Їх товарооборот за перше півріччя склав 6,6 млрд. грн., що на 64 % більше ніж аналогічний показник попереднього року. Найбільш потужним маркетплейсом в Україні є prom.ua, де понад 720 тис. мерчантів реалізували у 2017 р. понад 89 млн. товарів і послуг. Середньомісячна кількість відвідувань при цьому склала 55 млн.

Разом з тим на електронному ринку значною популярністю користуються так звані гібридні моделі, котрі фактично є поєднанням Інтернет-магазину та маркетплейсу. Як приклад можна навести lamoda.ua, на сайті котрого представлені не лише товари (одяг, взуття й аксесуари) різних брендів, але й різних компаній-продавців, першими з яких стали вітчизняні торгові марки MustHave, Dasti та Kedoff.

Доки у продавців і покупців є стимули користуватися маркетплейсами, ті будуть переважати над іншими моделями електронного бізнесу, заповнюючи відповідні ніші та створюючи нові перспективні ринки.

#### **Список використаних джерел**

1. Боровская Е. Эпоха маркетплейсов : интернет-магазины уходят в прошлое / Е. Боровская. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://blog.ubr.ua/internet/epokha-marketplejsov-internet-mahaziny-ukhodjat-v-proshloe-3859976>.
2. Щекунских В. Как маркетплейсы завоевывают мир и отдельные республики / В. Щекунских. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://evo.company.ua/kak-marketpleysyi-zavoevyivayut-mir-i-otdelno-vzvatye-respubliki/>.

**Шиндировський І. М.**

к.с.н., доцент,

**Лащев А. С.**

магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ**

Становлення та вдосконалення сфери товарного обігу є об'єктивною передумовою стабільного та динамічного розвитку національної економіки. При цьому торгівля має виконувати роль двигуна економіки, підтримувати вітчизняного виробника, забезпечувати бюджетоутворення та громадський добробут.

В останні роки розвиток внутрішньої торгівлі є досить суперечливим, однак в ньому простежуються певні закономірності.

У 2015 і 2016 роках обсяги оптового товарообороту у фактичних цінах зростали. Вдалося подолати негативну тенденцію його зниження, яка спостерігалась у попередні роки. Однак суттєвої деформації зазнала товарна структура оптового товарообороту. Протягом останніх років на 3,5 % скорилася частка продовольчих товарів [3, с. 193].

Також в оптовому товарообороті скорочується частка продажу товарів, що вироблені на території України. За період 2012-2016 років питома вага вітчизняних товарів скоротилася на 14,4 %. Це дуже негативна тенденція, яку не вдається подолати і в останні роки. Лише по продовольчих товарах в 2015 і 2016 роках спостерігалось збільшення в оптовому товарообороті частки продажу товарів, що вироблені на території України [3, с. 193].

Оборот роздрібною торгівлі у фактичних цінах щорічно зростає. Особливо значне зростання спостерігалось у 2014 році, що пов'язано з інфляцією і суттєвим падінням курсу національної валюти. У порівнянних цінах оборот роздрібною торгівлі у 2014 і 2015 роках знизився порівняно з попереднім роком, і лише у 2016 році що негативну тенденцію вдалося подолати [2, с. 5].

Традиційно в структурі обороту роздрібною торгівлі найбільшу питому вагу має роздрібний товарооборот підприємств (юридичних осіб). Однак його частка скоротилася з 51,6 % у 2005 році до 47,3 % у 2016 році. Це є найнижчий показник за досліджуваний період. Обороти фізичних осіб – підприємців демонстрував протилежні темпи розвитку. За аналізований період його частка зросла з 39,4 % до 45,7 % [2, с. 5].

Юридичні особи, які здійснювали діяльність із роздрібною торгівлі, значно кращих результатів досягнули в міських поселеннях. У 2016 році у містах було забезпечено майже 92% роздрібного товарообороту підприємств. У сільській місцевості обсяг роздрібного обороту склав є лише 8,01% загального обсягу роздрібного товарообороту підприємств по країні. Протягом останніх років простежується чітка тенденція зменшення частки товарообороту в сільській місцевості в роздрібному товарообороті підприємств в цілому по країні [3, с. 193].

Мережа роздрібною торгівлі підприємств в Україні має тенденцію до скорочення. З 2005 року по 2016 рік кількість об'єктів роздрібною торгівлі скоротилася з 55804 до 38439 одиниць або на 34,4 %. Аналогічна ситуація із магазинами – основною складовою мережі роздрібною торгівлі. Протягом аналізованого періоду їх чисельність скоротилася на 31,1 %. Забезпеченість населення об'єктами роздрібною торгівлі на 10000 осіб скоротилася з 16 одиниць у 2005 році до 12 одиниць протягом останніх років [2, с. 82].

Скорочення мережі підприємств роздрібною торгівлі відбувалося, перш за все, за рахунок закриття продовольчих магазинів. За період 2005-2016 років їх кількість зменшилась на 44,5 %. Питома вага продовольчих магазинів у загальній їх чисельності скоротилася з 57,1 % у 2005 році до 46,1% у 2016 році [2, с. 82].

Поряд із негативними тенденціями в Україні відбуваються позитивні процеси підвищення культури торгівлі, покращення торговельного обслуговування населення. У

сфері внутрішньої торгівлі вже тривалий час не існує такого поняття, як дефіцит товарів. Невпізнано змінилися інтер'єри магазинів та якість обслуговування споживачів. Дедалі більше з'являється магазинів, що відповідають європейським стандартам та класичним форматам, де споживач може не лише придбати якісний сертифікований товар, а й скористатися сучасними сервісними послугами, отримати моральне задоволення, зробити комплексну покупку. Якщо в 2005 році за методом самообслуговування працювало 2675 магазинів (4,8 % загальної чисельності магазинів), то в 2016 році – 8049 (20,9 %) [2, с. 97].

Подальше вдосконалення внутрішньої торгівлі передбачають формування оптимальної структури торгівлі, активний розвиток торговельних підприємств сучасних форматів, наповнення споживчого ринку товарами вітчизняних виробників.

#### **Список використаних джерел**

1. *Роздрібна та оптова торгівля : Терміни та визначення понять. – [Чинний від 01.07.2005 р.] – К. : Держспоживстандарт України, 2005. – 30 с. – (Національний стандарт України).*
2. *Роздрібна торгівля України у 2016 році. Статистичний збірник // за ред. А. О. Фризоренко. – К. : Державна служба статистики України, 2017. – 118 с.*
3. *Україна в цифрах у 2016 році // за ред. І. С. Вернера. – К. : Державна служба статистики України, 2017. – 240 с.*

**Шиндировський І. М.**

к. е. н., доцент,

**Сулятицька О. В.**

магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ**

Основною дилемою економічного розвитку України є визначення оптимального поєднання ринкового механізму і державного регулювання господарської діяльності. Завдання державної політики у цій сфері полягає в забезпеченні оптимальних умов для підвищення ефективності підприємництва.

Сучасна нормативно-правова база підприємництва є досить розгалуженою та продовжує динамічно розвиватися. Основний масив нормативної бази у сфері підприємництва представлений Господарським, Цивільним та Податковим кодексами, законами України “Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні”, “Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань”, “Про ліцензування видів господарської діяльності”, “Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності”, “Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні” та іншими законодавчими актами.

З метою підтримання стабільності та збалансованості економіки в даний історичний період розвитку в країні здійснюються реформи, які спрямовані на спрощення реєстрації суб'єктів підприємництва, зменшення регуляторного тиску, фіскального навантаження та створення сприятливого бізнес-клімату. Протягом останніх років у напрямку спрощення провадження господарської діяльності, дерегуляції здійснено ряд заходів, зокрема:

– прийнято Закон “Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні”, згідно якого державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва та об'єктів їх інфраструктури включає в себе такі напрями: фінансову, інформаційну, консультативну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу. Державна підтримка передбачає формування програм, в яких визначається механізм цієї підтримки [3];

– спрощено порядок державної реєстрації суб'єктів господарювання (одночасно подаються документи для реєстрації в податкових органах; скасовано сплату адміністративного збору за реєстрацію юридичних та фізичних осіб, скорочено процедуру реєстрації до 24 годин) [1];

– скасовані обов'язкові вимоги щодо наявності у юридичної особи печатки;

– спрощено дозвільні процедури, зокрема щодо дозволу органів пожежного нагляду на початок роботи;

– скорочено перелік видів діяльності, що підлягають ліцензуванню, скасовано оформлення ліцензії як документа на паперовому носії [2];

– запроваджено мораторій щодо здійснення перевірок суб'єктів господарювання (частково скасовано);

– запроваджено відкритий реєстр відшкодування ПДВ;

– утворено Раду бізнес-омбудсмена, що займається захистом інтересів бізнесу перед органами публічної влади та вирішує конфлікти і суперечки між владою і суб'єктами господарювання всередині країни і за її межами.

Основними завданнями держави щодо подальшого вдосконалення державного регулювання підприємництва має стати формування ще більш прозорої економічної системи господарювання, яка б включала зрозумілі взаємовідносини бізнесу з державними і контролюючими органами, прості і стабільні податки, доступні кредити.

#### **Список використаних джерел**

1. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань : Закон України від 15.05.2003 № 755-IV : [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/755-15>.

2. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02.03.2015 року № 222-VIII : [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/222-19>.

3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22.03.2012 № 4618-VI : [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4618-17>.

**Зав'ялова О. Р.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ ПАКЕТУ “MAPLE” ПРИ ПРОВЕДЕНІ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З “МІКРОЕКОНОМІКИ”**

Побудова моделей економічних систем вимагає включення до них великої кількості вхідних даних і реалізацію складних алгоритмів їх обробки. Ефективне дослідження таких моделей вимагає використання комп'ютерної техніки. Найбільш широко вживаними є застосування з офісних пакетів (MS Excel, OpenOffice Calc і LibreOffice Calc). Ці програми є багатофункціональними і в той же час досить простими для початкового засвоєння. Для моделювання складних економічних систем більш ефективними є математичні пакети (Matlab, Mathcad, Maple та інші).

На відміну від офісних, використання математичних пакетів вимагає оволодіння спеціальними компетентностями. Засвоєння цих компетентностей можливо в процесі моделювання в математичних пакетах стандартних задач макро- та мікроекономіки.

Метою даної роботи є дослідження можливостей використання математичного пакету Maple в процесі побудови розв'язків задач з мікроекономіки та їх візуалізації графічними зображеннями.

Розроблені Maple моделі розв'язування задач з наступних тем мікроекономіки:

1. Попит та пропозиція.

2. Теорія еластичності.

3. Теорія граничних продуктів та мікроекономічна модель фірми.

4. Витрати виробництва.
5. Ринок досконалої конкуренції
6. Ринок монополістичної конкуренції.

Використання розроблених моделей в процесі проведення практичних занять з мікроекономіки дозволить студентам як практично розв'язувати мікроекономічні задачі, так і застосувати компетентності, отримані при вивченні дисципліни “Інформаційні системи та технології”.

#### **Список використаних джерел**

1. Електронний ресурс / Режим доступу : <https://www.maplesoft.com/applications/category.aspx?cid=218>.
2. Електронний ресурс / Режим доступу : <https://www.maplesoft.com/support/help/Maple/view.aspx?path=plot>.

**Герга О. В.**  
здобувач

Львівський торговельно-економічний університет

### **ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ**

У сучасних умовах господарювання підприємства України функціонують в економічних умовах, які постійно змінюються. Особливо вираженими є тенденції у сфері торгівлі, яка поєднує інтереси суб'єктів виробництва та споживання і, відповідно, повинна постійно пристосовуватися до тих змін, що пов'язані із їх функціонуванням. Проте не лише вплив факторів зовнішнього середовища негативно впливає на діяльність торговельних підприємств, а й відсутність забезпечення відповідного фінансово-економічного рівня.

Позитивний фінансово-економічний стан є підґрунтям для нормального функціонування підприємств і поступового зростання їх конкурентного потенціалу. Сформованість стабільного та позитивного фінансово-економічного стану є одним з основних елементів фінансового менеджменту на торговельних підприємствах, необхідною передумовою стабільного їх розвитку. Тому саме зараз, у час підвищення процесів глобалізації в національній економіці, досягнення стабільності та позитивного поступу фінансово-економічного стану є одним із пріоритетних завдань функціонування торговельних підприємств [3, с. 99-103].

Відмітимо, що кількість об'єктів роздрібно́ї торгівлі за роками має тенденцію до скорочення, так наявність об'єктів роздрібно́ї торгівлі скоротилась з 96,4 тис. од. у 2002 р. до 49,6 тис. од. у 2016 р., у тому числі кількість магазинів скоротилась з 72,3 тис. од. до 38,5 тис. од., кількість кіосків та автозаправних станцій з 24,1 тис. од. до 11,1 тис. од. Попри таку негативну динаміку фінансово-економічний стан торговельних підприємств суттєво покращився, що може засвідчувати про укрупнення торговельних площ, посилення конкуренції на внутрішньому ринку, активне застосування сучасних технологій (зокрема, інтернет-трейдингу) у забезпечення споживчих потреб населення тощо [2; 4, с. 170-187]. Зокрема, варто виділити позитивні зміни у балансовій вартості торговельних підприємств (рис. 1).

Як видно з рис. 1 динаміка балансу вартості вітчизняних торговельних підприємств має тенденцію до зростання. Так, приріст вартості активів суб'єктів торговельної діяльності у 2015 р. порівняно з 2014 р. збільшився на 226,9 млрд грн (19,4 %) та був характерний і для інших років (2014 р. порівняно з 2013 р. – на 22,5 млрд грн (2,0 %), 2013 р. порівняно з 2012 р. – на 35,6 млрд грн (3,2 %), 2012 р. порівняно з 2011 р. – на 51,0 млрд грн (4,8 %). Водночас приріст вартості активів торговельних підприємств відбувався в основному за рахунок оборотних активів, які за роками зросли відповідно на 217,9 млрд грн (22,5 %), 38,1 млрд грн (4,1 %), 4,6 млрд грн (0,5 %), 56,8 млрд грн (6,5 %).

Відмітимо, що у складі капіталу торговельних підприємств зміни відбулися за рахунок зростання довгострокових і поточних зобов'язань, забезпечень. Так, довгострокові

зобов'язання та забезпечення торговельних підприємств у 2015 р. порівняно з 2014 р. збільшилися на 53,8 млрд грн (27,0 %), а також і в інших роках характерні аналогічні негативні зрушення (2014 р. порівняно з 2013 р. на 31,2 млрд грн (18,6 %), 2013 р. порівняно з 2012 р. на 11,6 млрд грн (7,4 %), 2012 р. порівняно з 2011 р. 7,2 млрд грн (4,8 %). Поточні зобов'язання вітчизняних торговельних підприємств за роками зростали відповідно на 216,3 млрд грн (21,7 %), 113,1 млрд грн (12,8 %), 33,1 млрд грн (3,9 %), 42,7 млрд грн (5,3 %). Водночас не дивно, що власний капітал торговельних підприємств з 2012 р. скоротився, у 2014 та 2015 рр. непокриті збитки перевищували капітал відповідно на 24,1 млрд грн і 67,3 млрд грн.

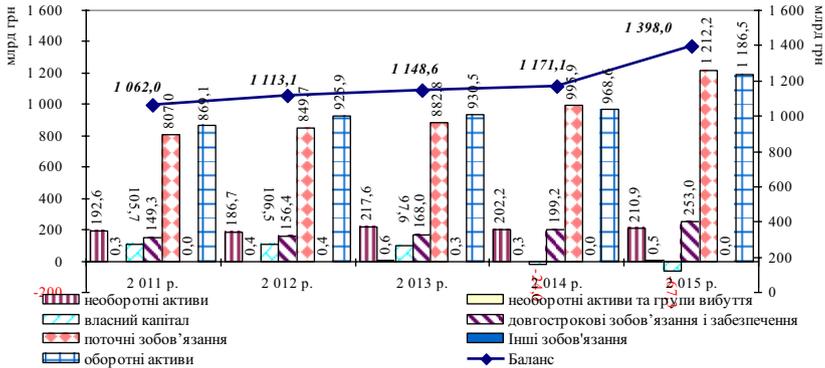


Рис. 1. Баланс вартості торговельних підприємств України та його складових у 2011-2015 рр. (складено за [1])

Вивчивши структуру активів і капіталу торговельних підприємств ми дійшли наступних висновків. Так, найбільшу частку у їх сумі займають оборотні активи, що є характерно для сфери торгівлі: у 2015 р. – 85,1 %; 2014 р. – 82,7 %; 2013 р. – 81,0 %; 2012 р. – 83,1 %; 2011 р. – 81,8 %. Відповідно частка необоротних активів за роками складала 15,1 %, 17,3 %, 18,9 %, 16,8 %, 18,1 %. В структурі капіталу торговельних підприємств найбільшу частку займали поточні зобов'язання: у 2015 р. – 86,7 %; 2014 р. – 85,0 %; 2013 р. – 76,9 %; 2012 р. – 76,3 %; 2011 р. 76,0 %. Тут варто відмітити, що за роками частка поточних зобов'язань хоча і зменшилася, але залишається високою, що є негативною тенденцією, оскільки існує істотна залежність торговельних підприємств від зовнішніх джерел фінансування. Водночас, частка довгострокових зобов'язань і забезпечень відповідно за роками складала – 18,1 %, 17,0 %, 14,6 %, 14,1 %, 14,0 %.

Очевидно, що структурні зміни активів і джерел їх формування вплинули на фінансові результати господарської діяльності торговельних підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Роки	Фінансові результати, млрд грн	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		у % до загальної кількості	фінансові результати, млрд грн	у % до загальної кількості	фінансові результати, млрд грн
2011	21,6	66,7	48,5	33,3	26,9
2012	9,6	66,0	43,9	34,0	34,3
2013	6,0	67,2	36,5	32,8	42,6
2014	-128,1	66,7	34,4	33,3	162,5
2015	-80,6	76,1	56,9	23,9	137,5

Примітка: складено автором за джерелом [1]

З табл. 1 бачимо, що у 2011-2014 рр. фінансові результати торговельних підприємств істотно погіршилися, що й продовжувалося відбуватися і у наступному році. Попри високу фінансову нестабільність господарської діяльності у 2015 р. торговельним підприємствам вдалося дещо зменшити власні збитки – на 47,5 млрд грн або 37,1 %. У результаті таких змін підвищилася частка прибуткових торговельних підприємств, яка перевищила 76,1 %, а, відповідно, зменшилася частка збиткових – майже на 10,0 %.

Очевидно, що такий фінансово-економічний стан торговельних підприємств перешкоджає накопиченню достатнього ресурсу для модернізації торгово-технологічних процесів і створення та розвитку нових сучасних форматів торгівлі. Крім того, існує загроза посилення фінансово-економічної залежності торговельних підприємств від фінансово-кредитних суб'єктів, а це вимагає від керівників з вищою ефективністю підходити до використання матеріально-технічних ресурсів, здійснювати вибір об'єктів інвестування, планувати інноваційну діяльність тощо.

#### **Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Заріцька Н. М., Телух Л. Г., Мулярчук А. І. Аналіз умов діяльності торговельних підприємств в Україні. Ефективна економіка. 2014. № 4. Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5558>.
3. Стефанциш О. Фінансова стійкість підприємств сфери торгівлі як передумова їхнього розвитку: висновки для фінансового забезпечення. Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2016. Вип. 2. С. 99-103.
4. Теоретико-методичні засади та прикладні механізми державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі : монографія / П. О. Куцик та ін. Львів : Растер-7, 2016. – 379 с.

**Васильків Ю. В.**

аспірант,

**Різняк Д. В.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Мотивація праці реалізує одне з найбільш важливих завдань в системі управління підприємством. В сучасних умовах інформатизації суспільства, зростання конкуренції на глобалізованих ринках та збільшення попиту на інноваційні рішення в організації бізнес-процесів фактор праці набув ще більш важливого значення. Практично постулатом стала теза про те, що успіх бізнесу безпосередньо залежить від якісного, кваліфікованого і мотивованого персоналу підприємств. Таким чином, формування повноцінного штату необхідних фахівців – важливе завдання організації ефективного підприємства, але продовженням цього напрямку управління є забезпечення достатньої мотивації праці для того, аби найманий персонал в повній мірі реалізував свої здібності та інтелектуальний капітал.

Класично мотивація праці забезпечується в рамках трьох груп заходів: економічних (мотивація у вигляді винагороди за працю), адміністративних (шляхом покарання в разі невиконання функцій і завдань, покладених обов'язків) та соціально-психологічних (формування внутрішньо особистісних стимулів до високоєфективної праці, створення сприятливої для цього системи соціально-трудова відносин).

Вважаємо, що за результатами вивчення сутнісних характеристик потреб, мотивів, стимулів та мотивації можна констатувати, що мотив є вагомим складовою та основою мотивації працівника підприємства, будучи, при цьому своєрідним містком між потребою працівника (до керівної посади, високої заробітної плати, гідних умов праці, істотного соціального пакету, поваги в колективі, причетності до прийняття важливих рішень і управління іншими працівниками та ін.) та його діями, спрямованими на задоволення цієї потреби. Відповідну діяльність працівника забезпечують запропоновані йому стимули як

певна винагорода чи блага, які працівник має можливість отримати для задоволення потреб при виконанні чітко окреслених функціональних обов'язків. Стадія задоволення потреби відображає якісний показник результатів виконаних дій. Мотивація до дій слабе, зберігається чи зростає в залежності від успішності проведеної роботи.

У формі винагород виступають більшість економічних мотиваційних факторів. При цьому уявлення різних людей про значущість тих чи інших винагород індивідуальні, оскільки вони формуються під впливом індивідуальних систем цінностей.

Диференціація в оплаті праці персоналу знаходиться на різних щаблях організаційної ієрархії, має бути відчутною, оскільки це формує мотивацію до просування в роботі. Але оплата не повинна бути надто великою, бо при цьому порушується принцип справедливості. Із збільшенням розміру заробітної плати змінюється спосіб життя і потреби людини. Групові норми і соціальний тиск можуть змушувати членів групи працювати нижче за свої потенційні можливості. З цієї причини індивідуальна продуктивність із зростанням розміру групи має тенденцію до зниження.

Важливим фактором є оцінювання працівником справедливості розподілу заробітної плати. Якщо працівник вважає, що зарплата є несправедливою, то це може стати серйозним демотивуючим фактором.

Слід зазначити й на впливі ступеня відкритості інформації про розподіл заробітної плати на ефективність матеріального стимулювання. Деякими перевагами секретності оплати праці є те, що більшість працівників бажають тримати в таємниці розмір своєї зарплати; жодна система оплати праці не може сприйматися всіма однаково, а відчуття її несправедливості негативно позначається на мотивації. Різниця в оплаті праці має свої підстави, які для більшості можуть бути неочевидними і важко зрозумілими. Секретність оплати надає менеджерам свободу в управлінні зарплатою. При відкритій політиці, навпаки, мінімізується диференціація і розподіл зарплати. Політика відкритості сприяє комунікації та формуванню в робочому колективі атмосфери довіри. Натомість, секретність зарплати дозволяє приховувати недосконалості в її розподілі. Для посилення мотивації праці працівники повинні знати, за якими критеріями керівництво підприємства визначає їх трудовий внесок і які винагороди відповідають кожному рівню.

Опосередкованість впливу грошової винагороди на трудову мотивацію багатьма змінними, в тому числі суб'єктивного характеру, свідчить про те, що до систем оплати праці не можна ставитися як до механічних побудов, основаних на чіткому наборі технічних вимог. Система оплати праці має бути гнучкою та розроблятися з урахуванням динамічності їх соціального завдання – мотивації високої ефективності праці. Існує дуже тісний взаємозв'язок між конкретною ситуацією і оптимальною для неї системою оплати праці. Проте, жодна система оплати праці не може бути постійно ефективною. У міру звикання до існуючої системи працівники починають сприймати як належне те, що спочатку сприймалося як винагорода. Саме компенсація на основі результатів праці є базовою стратегією мотивації в сучасній економіці. Такими результатами можуть бути індивідуальна або групова продуктивність праці і прибуток, отримані структурною ланкою або організацією в цілому.

Мотиваційна стратегія менеджменту у вигляді додаткових винагород “на вибір” надає працівникам можливість самим обирати актуальні для них винагороди та заохочення з деякого списку можливих. Це дозволяє максимально індивідуалізувати пакет матеріальних винагород, одержуваних працівником. Зазвичай, додаткові пільги і винагороди, що надаються підприємством, становлять близько 40 % заробітної плати працівників. Але набір цих винагород орієнтований на середньостатистичного працівника і мало враховує відмінності в потребах різних категорій працюючих. Для одних більш актуальне додаткове медичне страхування, для інших – заощадження і пенсійний план, для третіх – оплачене навчання або додаткові дні відпустки. Весь цей діапазон потреб враховується при складанні програми винагород “на вибір”.

Спробувати заробити більше чи перевиконати певний трудовий норматив не дозволяє фізична або інтелектуальна обмеженість людини. У більшості випадків працівник

відмовляється від подвійної оплати за понаднормову роботу у вихідні дні чи вільний час, обравши, натомість, хороші умови праці, низький рівень напруженості праці.

Таким чином, хороша оплата має відносне значення. Поряд з необхідним засобом, що створює психологічні умови для відчуття безпеки (за А. Маслоу), гроші можуть бути і мотивуючим фактором (“гігієнічним” – за Ф. Герцбергом), оскільки вони є еквівалентом визнання і його символів (хороший будинок, автомобіль). Варто зазначити, що до економічних чинників мотивації належать додаткові пільги, що надаються персоналу адміністрацією, а саме:

1) пільги, які підкреслюють статус працівника – так звані пільги першої категорії, які є символом службового становища та успіху, належності до “престижної” компанії (надання автомобіля; оплачування харчування; додаткові відпустки; оплата мобільного зв’язку чи інших послуг; закордонні поїздки тощо);

2) пільги, які мають функцію захисту і турботи з боку підприємства: можливість отримання дотації на придбання житла; наявність пенсійних і страхових систем; системи участі в прибутках; дотації на освіту тощо;

3) пільги, пов’язані безпосередньо з виконуваною роботою та виробничими функціями і спрямовані на поліпшення умов праці: надання окремого кабінету; надання оплачуваної відпустки; створення умов для підвищення кваліфікації; вільний графік роботи;

4) будь-які інші пільги як заходи заохочення і мотивації, що перебувають у віданні адміністрації.

Ще одним фактором мотивації у системі управління персоналом є методи психологічного заохочення. Сутність методу полягає в отриманні задоволення від виконуваної діяльності, вищої відповідальності, суспільного визнання без додаткових витрат. Методи психологічного заохочення невичерпні, оскільки працівники рідко втомлюються від уваги і визнання. Методи психологічного заохочення можуть реалізовуватися шляхом визнання праці працівників, які досягли значних результатів; відкритого спілкування членів організації та керівника; популяризації результатів праці окремих працівників, що отримали визнання. Визнання є загальною потребою, яка необхідна для більшості працівників як вищий ступінь задоволення своєю діяльністю у досягненні високих результатів в праці. Вважаємо, що формами суспільного визнання можуть слугувати кар’єрний ріст, надання окремого кабінету, вручення цінних подарунків, спеціальні статті, опубліковані у внутрішньо організаційній пресі, фотографії на спеціальних стендах, усне визнання результатів діяльності працівника на засіданні підрозділу чи загальних зборах трудового колективу.

Методи психологічного заохочення мотивують працівників до ефективної праці, сприяють підвищенню їхньої відповідальності і самостійності. Цінується здебільшого та робота, яка пов’язана з можливістю самостійно приймати рішення і організувати діяльність інших. В якості методів психологічного заохочення розглядають:

– кар’єрний ріст працівників до керівної посади, що означає позитивну оцінку їх праці;

– переведення працівника з колективу, в якому у нього склалися негативні міжособистісні відносини, в інший, що свідчить про увагу з боку керівництва до створення здорового психологічного клімату;

– переведення на нову посаду працівника, пов’язану з виконанням складніших функцій, що дає можливість розкрити додаткові можливості працівника та свідчить про турботу керівництва.

Додамо, що в контексті мотивації праці перед працівником важливо визначити перспективи його просування по службі з урахуванням особистісних інтересів. При цьому спосіб заохочення працівника є внутрішньою справою керівника підприємства.

Для створення максимально сприятливих в психологічному відношенні умов роботи колективу важливе значення має метод усунення негативних чинників. Вважаємо, що одним з таких негативних факторів може виступати прояв з боку керівництва або працівників несправедливості, нечесних відносин тощо. Авторитарний тип керівництва породжує

виникнення негативних факторів. Від налагоджених взаємовідносин з керівником залежить справедливий розподіл робочих завдань, надання цікавої, творчої роботи, матеріальна і моральна винагорода, висування на підвищення по посаді тощо.

Таким чином, запорукою успіху є прояв справедливого підходу до персоналу, що проявляється в причетності керівництва до способу життя своїх співробітників. При цьому потреби працівників мають бути першочерговими серед пріоритетів компанії. Необхідний єдиний підхід, який повинен встановлювати рівні права всіх працівників, незалежно від посади, віку і статі, що гарантує повагу до особистості, можливість кар'єрного росту, надання роботи за здібностями і таланту, відкрити і справедливо оцінку результатів та відповідну цьому винагороду.

**Качмар Н. М.**  
аспірант,  
**Камарчук І. М.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

### **ЕКОНОМІЧНА НЕОБХІДНІСТЬ РОСТУ ПРОДУКТИВНОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Система господарських відносин визначає характер забезпечення продуктивності та покращення мотивації праці в торговельних підприємствах. Відповідно головними елементами таких взаємозв'язків слід розглядати (1) ставлення працівників до засобів продуктивної зайнятості, (2) мету, згідної якій розпочинається праця безпосередніх підприємств, зв'язок між працею індивіда і сукупною працею суспільства, яка характеризує форму прояву суспільної природи праці, (3) ступінь соціальних відмінностей в праці, обумовлених відношенням соціальних груп до торговельного підприємства, відмінностями в рівні підготовки працівників і виконанні ними різноманітних функцій в процесі праці. Ці сторони способу господарської діяльності, у свою чергу, визначають відношення керівництва торговельних підприємств до результатів праці, а також спосіб її організації праці стосовно зовнішнього оцінювання суспільства [4, с. 315-322].

В системі людської життєдіяльності продуктивність та мотивація праці синтезує не тільки економічні, але й соціальні функції, оскільки вона узагальнює достатньо складний спектр економічних і соціальних відносин. Серед завдань, що реалізуються категоріями – стан умов праці, матеріального і культурного рівня життя працюючих, підвищення їхнього загальноосвітнього і професійного рівня, територіальний і галузевий розподіл трудового потенціалу.

Іншою, не менш важливою практичною функцією забезпечення продуктивності та покращення мотивації праці на торговельному підприємстві є її роль у формування системи соціально-трудова діяльності, а саме: дотримання трудової дисципліни; відповідальність за якісне і своєчасне виконання завдань. Ще однією практичною функцією забезпечення продуктивності та покращення мотивації праці виступає синтез факторів соціального, економічного, соціально-політичного та суто психологічного характеру, реалізація яких в практиці роботи торговельних підприємств у ринкових умовах господарювання зростає. Ця колективність, організованість, ступінь врахування потреб, інтересів, ціннісних орієнтацій працівників, ігнорування або недооцінка цих передумов у процесі діяльності суттєво обмежує і знижує потенційні можливості.

Водночас, підвищення продуктивності та покращення мотивації праці є вираженням загального економічного закону, економічної необхідності розвитку суспільства якого є наступні цілі: стратегічні – підвищення життєвого рівня населення (за рахунок зростання продуктивності та покращення мотивації праці в державі можна досягти збільшення

життєвого рівня населення і одночасно фонду оплати праці на підприємстві); поточні – підвищення ефективності діяльності галузей і підприємств, у т.ч. торговельних, а також реальне зростання особистих доходів працівників [2, с. 16-18].

В умовах посиленої конкуренції на ринках товару, послуг і праці великого значення набуває забезпечення підвищення продуктивності та покращення мотивації праці на торговельних підприємствах, яке виявляється передусім у збільшенні маси товарів, що продаються в одиницю часу за незмінної якості торговельних послуг, або в підвищенні якості і конкурентоспроможності за незмінної їх кількості, що надаються в одиницю часу; зменшенні затрат праці на одиницю товару. При цьому це призводить до зміни співвідношення затрат живої уречевленої праці на торговельному підприємстві.

Забезпечення продуктивності та мотивації праці означає, що частка затрат живої праці в продуктах зменшується, а частка затрат уречевленої праці збільшується. При цьому загальна сума праці, яка міститься в кожній одиниці продукту зменшується. Зокрема, зростання продуктивності та покращення мотивації праці сприяє скороченню часу обігу товару, збільшенню маси і норми прибутку. Відзначимо, в Україні розвиток ринкової економіки, створення конкурентоспроможної продукції, збільшення обсягу продажу можливо лише і умови ефективного використання ресурсів на кожному робочому місці, підприємстві, тобто глибокої реформи системи управління, виробництва і реалізації продукції, узгодженої з такими перетворювальними процесами, як приватизація, реструктуризація та адаптація до міжнародних стандартів. Зростання продуктивності та покращення мотивації праці також сприятиме підвищенню зайнятості населення в державі [5, с. 67-72].

Вивчення мотивів зайнятості населення у торговельних підприємствах дало можливість розробити модель мотиваційного механізму зайнятості населення, за якої збільшення розміру заробітної плати у підприємствах, удосконалення обліку робочого часу і нарахування заробітної плати та поліпшення умов праці сприятиме не лише підвищенню показника зайнятості, а й покращенню показників діяльності. І разом з подоланням причин, що перешкоджають розвитку підприємницької діяльності, сприятимуть поліпшенню кінцевих показників господарської діяльності. Зокрема, така модель повинна включати в себе три цілі: (1) мотивацію вже працюючого у торговельних підприємствах населення до продовження трудової діяльності на даному місці роботи; (2) мотивацію до праці незайнятого трудовою діяльністю населення; (3) мотивацію до праці населення, тимчасового не зайнятого у відтворення власної трудової діяльності [3, с. 101-115].

На нашу думку, справедлива організація такого оцінювання вже сама собою стимулює підвищення продуктивності праці:

- усе більше ціниться кваліфікація і знання (підприємці і менеджери виходять з того, що працівники з широким професійним профілем залежні до нововведень, активніше беруть участь в управлінні, раціоналізації господарських процесів, а тому в оплаті праці слід все більше враховувати рівень кваліфікації, “запас” знань персоналу торговельного підприємства);

- поширене застосування нетрадиційних методів матеріального стимулювання персоналу (це пояснюється тим, що розміри будь-якого торговельного підприємства на ринку значною мірою залежать від того, як використовується творчий потенціал кожного працівника. Щоб зацікавити робітників і службовців у кінцевих результатах діяльності підприємства, власник змушений ділитися з ними частиною прибутку та застосовувати інші, нетрадиційні форми матеріального заохочення. Йдеться про участь найманих працівників у прибутках підприємства, в “успіху підприємства”. Такий напрямок розвитку мотивації праці дістав назву “стратегії залучення та партнерства”, яка все більше витісняє стратегію підпорядкування та жорсткого контролю).

Враховуючи те, що мотивація не є простим елементом у ланцюгу причинно-наслідкового зв'язку, регулювання поведінки повинно спиратися на такі поняття, як зусилля, здібності, результати, винагороди, вдовolenня, потреби, сприймання у рамках єдиної взаємопов'язаної системи.

У практиці діяльності торговельних підприємств не існує чіткого механізму

використання показників продуктивності та мотивації праці при прийнятті обґрунтованих управлінських рішень. Керівники торговельних підприємств ігнорують той факт, що продуктивність праці потрібно не лише вимірювати, але й управляти нею. В умовах ринкової економіки все більшого значення набувають розроблення і впровадження програм управління продуктивністю праці, які передбачають: вимір і оцінку поточного стану продуктивності; планування контролю і підвищення продуктивності; вжиття заходів підвищення продуктивності; вимір і оцінку впливу цих заходів. Водночас, особиста матеріальна зацікавленість працівників обумовлена сформованим суспільним поділом праці, збереженням соціально-економічних розходжень між різними видами праці: у місті й у селі, розумовою і фізичною, кваліфікованою і некваліфікованою, важкою і легкою, механізованою і ручною, що протікає в нормальних і в шкідливих для здоров'я умовах тощо.

На нашу думку, раціональність теоретичних положень, адекватність розроблених вченими-економістами моделей реальним економічним і соціальним процесам, практичну їхню прийнятність виявляють необхідність визначення причин зниження продуктивності та ефективності праці стосовно конкретного торговельного підприємства.

Виявлені закономірності і розроблені організаційно-економічні моделі свідчать, що резервами зростання продуктивності та покращення мотивації праці можна вважати ефективне управління через вибір оптимальної амортизаційної політики, перехід до способу повного відтворення техніки, упровадження досягнень науково-технічного прогресу і раціональних режимів праці і відпочинку працівників, підвищення фінансування соціальних мір і заходів, а також посилення мотивації праці, що дозволяє максимально скоротити чисельність допоміжних робітників і забезпечить зростання продуктивності праці.

Для скорочення внутрішньозмінних втрат робочого часу необхідно поступово, а в перспективі повністю перейти до способу повного відтворення основних засобів, використання оптимальної амортизаційної політики торговельного підприємства, в якій термін корисного використання техніки і відповідні йому норми амортизації повинні бути оптимальними.

Для переходу на такий варіант необхідно мати достатні первинні інвестиції, без яких такий перехід неможливий. І тільки після забезпечення необхідної надійності техніки можна переводити торговельні підприємства на раціональні режими праці і відпочинку працівників. Поряд із створенням необхідних технічних умов зростання продуктивності праці треба підвищити розмір фінансування соціальних заходів до необхідного рівня [1, с. 52-57; 4, с. 315-322].

Таким чином, трудова діяльність, як провідна сфера життєдіяльності відбувається в умовах суспільного поділу праці під впливом освіти, кваліфікації, стажу роботи, трудової активності, ситуації на ринку тощо. Відтак мотивація трудової діяльності включає цілу низку мотиваційних складових. Якщо мотивація праці є тільки спонуканням працівника до ефективної праці, що забезпечує необхідні винагороди і задовольняє наявні потреби, то мотивація трудової діяльності в цілому включає власне мотивацію праці, мотивацію зайнятості, мотивацію до володіння засобами виробництва тощо.

Безумовно, ефективність трудової діяльності залежить від мотивації. Проте ця залежність досить складна і неоднозначна. Буває так, що людина, яка під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників-мотиваторів дуже зацікавлена в досягненні високих результатів, на практиці матиме гірші результати, ніж людина, яка значно менш змотивована до ефективної праці. Відсутність однозначного взаємозв'язку між мотивацією і кінцевими результатами діяльності зумовлена тим, що на результати праці впливає безліч інших чинників, як, кваліфікація працівника, його професійні здібності та навички, правильне розуміння поставлених завдань, зовнішнє середовище, тощо.

#### **Список використаних джерел**

1. Васильців Т. Г., Городня Т. А., Лупак Р. Л. Економічні аспекти диверсифікації підприємства з використанням інноваційних інвестицій. *Інтелект XXI.* – 2017. – Вип. 1. – С. 52-57.
2. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. *Теоретико-методичні засади удосконалення бізнес-планування реалізації стратегії конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому ринку України. Підприємство та інновації.* – 2017. – Вип. 3. – С. 14-20.
3. Качмарик Я. Д., Куцук П. О., Лупак Р. Л. *Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності*

торговельного підприємства : монографія. Львів : Літературна агенція "Піраміда", 2012. – 208 с.

4. Лулак Р. Л. Взаємозв'язок забезпечення конкурентоспроможності і відтворення трудового потенціалу підприємства. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. – 2016. – № 1 (11). – С. 315-322.

5. Лулак Р. Л. Формування системи та структури інституційного забезпечення реалізації державної політики розвитку і використання трудового потенціалу України. Бізнес Інформ. – 2015. – № 7. – С. 67-72.

**Клак О. Ю.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **АКТУАЛЬНІСТЬ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ ОПТОВОГО РИНКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Сучасний етап формування національної економіки України характеризується занепадом, складними економічними умовами, регресивним розвитком внутрішньої та зовнішньої торгівлі, складовою частиною якої є оптова торгівля та комплекс її допоміжних галузей – інфраструктура оптового ринку.

Реалізацію сталого економічного зростання, забезпечення оптових торговельних підприємств усім необхідним інструментарієм для здійснення своєї діяльності й покликана інфраструктура оптового ринку України.

Формуючи комплексну систему взаємопов'язаних виробничих і регіональних зв'язків і забезпечуючи товарно-грошовий обіг оптової торгівлі на рівні понад 50 % товарних ресурсів держави, інфраструктура оптового ринку активно впливає на виробництво та реалізацію товарів, створення взаємовигідних та економічно обґрунтованих партнерських відносин, стабільність внутрішнього ринку, а також, позитивно позначається на всій системі відтворення національного продукту.

По мірі розвитку ринкових процесів значно розширюються і поглиблюються організаційно-технологічні, економічні та соціальні функції інфраструктури оптового ринку, зростає її роль як інструменту збалансованого розвитку національної економіки.

Проте, не достатня розробленість теоретичних засад місця і ролі оптової торгівлі в ринковій системі, невизначеність методологічних підходів оцінки її сучасного розвитку породжують незрілі концепції деконцентрації, ізоляції і трансформації оптових підприємств у конгломеративних структурах, які належать крупноформатним мережам. Все це деформує розвиток оптової торгівлі, спрямовує цей важливий сектор сфери товарного обігу в некероване русло та суттєво знижує ефективність функціонування вітчизняної оптової торгівлі [1].

В умовах затяжної економічної кризи, непередбачуваності, постійного політичного і економічного протистояння з нашим північним сусідом та війни на сході, з одного боку, та задекларованим Україною курсом на поступове входження в ЄС, з іншого, змушує інфраструктуру оптової торгівлі нашої держави відзначатися активізацією та поглибленням євро-інтеграційних процесів, пошуком нових нестандартних рішень, поступове наближення споживчих вимог до європейських стандартів, що в свою чергу відбивається на розвитку, виборі напрямів, форм та видів зовнішньоекономічної та внутрішньо-економічної діяльності оптових підприємств.

Інфраструктура оптової торгівлі покликана створювати передумови для її сталого економічного розвитку за рахунок розширення своєї діяльності на міжнародних ринках та формування нових джерел надходження виробничих ресурсів, технологій і сучасної організації виробництва. Активізація зовнішньоекономічної діяльності сприяє розширенню виробництва та збільшенню зовнішньоторгівельного обороту як кожного окремого підприємства, так і економіки в цілому. Але потрібно розуміти, що євроінтеграція – це не тільки поступове входження України на європейський ринок, але й прихід світових та

європейських фірм, брендів тощо на український ринок, що в свою чергу робить виклик національним товаровиробникам, загострює конкурентну боротьбу та вимагає вдосконалення організації всього технологічного процесу відтворення національного продукту на більш високому рівні.

Однак, на сьогодні існує ще чимало дискусійних питань з проблем ефективного забезпечення діяльності оптової торгівлі, які потребують подальших досліджень. Зокрема, не достатньо приділено уваги питанням визначення та обґрунтування організаційно-економічних механізмів організації і активізації елементів інфраструктури ринкової економіки, забезпечення їх ефективності і конкурентоспроможності в сучасних умовах євроінтеграції [2]. Актуальність вищезазначених проблем вимагають приділення додаткової уваги та подальшої праці над розробкою теоретичних і методичних засад функціонування усього механізму сприяння і розвитку оптової торгівлі.

#### **Список використаних джерел**

1. Вірт М. Я. *Організаційно-економічний механізм функціонування оптової торгівлі в ринковому середовищі* : автореф. Дис.. на здобуття канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – “Економіка та управління підприємствами ( економіка торгівлі та послуг)” / Вірт Микола Ярославович; Львівська комерційна академія. – Львів, 2009. – 20 с.

2. Шиндировський І. М. *Комерційне забезпечення функціонування посередників в каналах просування продукції* / І. М. Шиндировський // *Торгівля, комерція, підприємство* : збірник наукових праць. – Львів : ЛКА, 2015. – Вип. 18. – С. 67-70.

**Марії О. Т.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ЛОГІСТИЧНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ: СТАН ТА СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

В умовах євроінтеграції, коли світова економіка розвивається динамічно та швидко, логістичні інформаційні системи потребують щораз новіших інформаційних технологій. Логістика, як і кожний сектор економіки, базується на ресурсах, які містить інформація. Правильно та ефективно використана інформація, часто є причиною для одержання конкурентних переваг між підприємствами.

Переваги від впровадження логістичної інформаційної системи. Основні переваги використання інформаційних систем:

- поліпшення якості обслуговування клієнтів;
- збільшення довіри, викликане простотою спілкування;
- можливість використання електронного підпису та засобів у сфері сертифікації та стандартизації в електронному бізнесі;
- синхронізація на кожному рівні логістичного процесу;
- мінімізувати час простою;
- покращення своєчасності поставок;
- скорочення витрат, пов'язане перш за все із зберіганням товарів та їх транспортом;
- зменшення кількості документації.

Логістичні інформаційні системи можуть також з'являтися в традиційній формі, однак, через велику кількість інформації, використання інформаційних технологій є переважним [2, с. 23].

Логістична інформаційна система складається в основному з організації та використання інформації, виробництво, письмо, читання, зберігання обробки і передачі повідомлень, але і весь спектра технологій, які використовуються для того, щоб нормально функціонувати. Ефективність логістичної інформаційної системи залежить від багатьох

факторів, в той час як головною особливістю повинна бути ергономіка, вона пов'язана з простотою використання даної ІТ-системи.

Прикладом логістичної інформаційної системи є інформаційна система управління (MIS) та інформаційна система для топ-менеджменту (EIS). Метою використання цих систем є збір необхідних даних менеджером логістики [1, с. 65]. Введення та швидке поширення інформаційних систем у транспорті слід розглядати як необхідність, що впливає з загального зростання транспортних (логістичних) ланцюгів. Це є результатом одночасного збільшення числа осіб, що беруть участь в ньому, кількості транспортних операцій і обробок в той час як тиск, щоб скоротити час, що витрачається на проектах за контрактом завдань.

Слід зазначити, що в даний час передові інформаційні системи, що пропонуються на ринку, є одним з найважливіших елементів, які складають інтелектуальні транспортні системи (Intelligent Transportation Systems – ITS). Ці системи характеризуються високою гнучкістю у можливості створення конфігурацій у залежності від змінних умов та вимог учасників цієї системи. Високий рівень адаптації ІТ та телеінформаційних систем сьогодні є одним з найважливіших параметрів, що визначають їх вибір замовниками та користувачами.

Інформаційні системи на міжміському та дистрибуційному транспорті в основному пов'язані з спілкуванням у зв'язку:

- водій/транспортний засіб – інфраструктура зв'язку (через системного оператора);
- водій/транспортний засіб – клієнт.

Пристрої, що співпрацюють з інформаційними системами, можуть бути незалежними модулями або співпрацювати з бортовими системами, метою яких є підтримка управління автопарком, пропонуване виробниками автомобілів (як вантажівки, так і автобуси та комерційні транспортні засоби). Сьогодні більшість європейських виробників вантажних автомобілів оснащують свої автомобілі системами, розробленими для підтримки управління автопарком, таких як MAN-Tele Matics, Mercedes-Benz – Fleet Board, Renault – Optifleet, Scania – Fleet Management, Volvo – Dynafleet. Залежно від вимог клієнта такі інструменти можуть вільно налаштовуватися, розширюватися також можливістю співпраці з транспортними інформаційними системами.

Також у цьому випадку інформаційні системи є корисним інструментом для забезпечення ефективною доставки транспортної послуги на основі існуючих можливостей комунікаційної інфраструктури. Завдяки повідомленням, отриманим через інфраструктуру, розташовану безпосередньо на дорозі або над з'єднанням (світлодіодні панелі та екрани), а також повідомлення, віддалені від центру оператора системи, водій може швидко реагувати і вибирати найбільш оптимальний маршрут.

У сфері колективного транспорту інформаційні системи одночасно є найбільш просунутими та найбільш популярними. Саме в пасажирському транспорті (як міському, так і приміському та міжміському), що завдяки великій кількості користувачів та учасників транспортного процесу, їх використання дуже швидко надає вимірювані ефекти, як економічні, так і екологічні та соціальні. Проектування, впровадження та використання інформаційних систем на громадському транспорті сприяє значному покращенню якості наданих послуг, у тому числі регулюючи кількість та розміри транспортних засобів до фактичної інтенсивності пасажиропотоків. Це, в свою чергу, сильно впливає на комфорт подорожей та є важливим поштовхом до відмови від індивідуального транспорту (легкових автомобілів) для колективного транспорту.

Компоненти такого роду інформаційних систем можуть бути:

– модулі для збору та передачі інформації користувачам системи через наглядовий центр;

– інформація на борту: словесна та текстова інформація про хід маршруту, наступну зупинку, розрахунковий час прибуття, передачу або опис важливих пунктів уздовж маршруту (дисплеї з зміною вмісту повідомлень VMS – змінні знаки повідомлень);

– інформація в пунктах зупинки та обміну: очікуваний час очікування, пробіг, тривалість маршруту та час проїзду, інформація про можливі затримки та труднощі в дорожньому русі тощо;

– модулі ІКТ, що передають інформацію у формі SMS або IVR (Інтерактивний голосовий відгук), а також співпрацюють із додатками для мобільних пристроїв;

– телеінформаційні модулі, що дозволяють інтегруватися з так званими міські меблі (елементи малих архітектур, оснащених мультимедійними інформаційними пристроями).

У розширених системах можна надсилати користувачам інформацію про можливість використання різних (альтернативних) транспортних засобів, таких як взаємне водіння, використання автомобілів, громадські велосипеди, паркові та прогулянкові спорядження (наприклад, інформація про місця парковки, доступна на таких об'єктах).

Важливою перевагою інформаційних систем є можливість як використання, так і створення нової інформації про поточну ситуацію в мережі зв'язку служб нагляду та контролю (поліція, інспекція автомобільного транспорту, нагляд за міськими транспортними компаніями) та порятунком (пожежна, швидка допомога). Цей тип функціональних можливостей системи, з одного боку, дозволяє вести ефективну роботу відповідних служб, а з іншого – обмежувати надмірне пересування дорожнього руху, яке може спричинити виникнення нових загроз.

#### *Список використаних джерел*

1. Marphy R. *Nowoczesna logistyka. Wydanie X. – Helion, Gliwice. – 2011. – 432 p.*
2. Szymonik A. *Zarządzanie zapasami i łańcuchem dostaw. – Difin, Warszawa. – 2013. – 323 p.*

**Мельничук І. О.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

### **СТРАТЕГІЯ ЯК ІНКЛЮЗИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОВГОТРИВАЛОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА**

На сьогодні людство для організації нормального (ефективного, стабільного) функціонування підприємств в продовж довготривалого періоду часу нічого кращого ніж стратегія не винайшло.

Отже з'ясуємо, що ж таке стратегія та яку роль вона відіграє в забезпеченні довготривалого успішного функціонування сучасного підприємства.

В сучасній науці немає однозначного трактування поняття стратегія. Це обумовлено тим, що дана категорія є комплексною. І відтак кожне трактування робить акцент на окремому аспекті цієї категорії. У той же час, вчений-економіст Г. Мінцберг запропонував трактувати стратегію для підприємства в 5-ти іпостасях, як категорію 5-ти П: як план, як перспективу, як патерн, як прийом і як позицію[1].

Визначення стратегії як результату пов'язане із отождоженням мети та стратегії і зумовлене необхідністю встановлення конкретних орієнтирів для здійснення стратегічної діяльності. Трактуючи стратегію як засобу пов'язане з інтерпретацією стратегії (з отождоженням стратегії) як загального плану управління стратегічною діяльністю підприємства або "поведінкового патерна" (програми, шаблону, сценарію, моделі чи схеми дій). Стратегія як процес розглядається, відповідно, як пошук альтернативних шляхів досягнення цілей або як визначення економічних можливостей підприємства на перспективу.

Найбільш вдалими і повним є тлумачення стратегії А. Томпсоном як "специфічного управлінського плану дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Вона визначає, як організація функціонуватиме та розвиватиметься, а також яких підприємницьких, конкурентних і функціональних заходів і дій буде вжито для того, щоб організація досягла бажаного стану" [2, С. 32, 41,75].

Відтак “стратегію” можна розглядати як програму дій, що визначає розвиток (а саме напрями розвитку) організації і її відповідне управління в довгостроковому періоді, а також комплекс процедур для досягнення поставлених цілей в недетермінованих умовах зовнішнього оточення існування відкритої організації.

Як елемент економічного механізму підприємства стратегія на нашу думку слід розглядати як каркас на якому базуються конкретні завдання, рішення по окремим (насамперед ключовим) питанням функціонування та розвитку підприємства.

У більш вузькому (конкретному) трактуванні економічну стратегію можна розглядати як план можливих напрямів (а отже і намірів) найбільш ефективного розподілу ресурсів щодо забезпечення позитивного ділового розвитку на довгострокову перспективу в недетермінованих умовах агресивного зовнішнього оточення.

В цьому контексті стратегія і діловий розвиток організації співвідносяться як зміст і форма підприємницької організації в процесі її розвитку. Конкретна ж стратегія виступає інструментом забезпечення ділового розвитку підприємства. Причому кожен тип розвитку має свою стратегію (стратегічну альтернативу).

Цікаве погляд на стратегію для підприємства має Ковтун О. І. Він її розглядає як логіку бізнесової поведінки щодо ключових питань функціонування та розвитку підприємства[3, С. 113-114]. Ця логіка лежить в основі системи рішень, щодо вирішення проблем розвитку та майбутньої діяльності підприємства (зокрема, втрати конкурентних переваг, потреби покращення конкурентоспроможності за рахунок інноваційних змін у технологіях, збереження конкурентоспроможності за рахунок виходу на глобальний ринок, зміцнення конкурентоспроможності за рахунок розширення асортименту чи постійного оновлення модельного ряду продукту з метою збереження чи розвитку клієнтської бази, ринку і, відтак, рівня прибутковості бізнесу тощо).

Таким чином стратегія є нічим іншим як логічною системою бізнесової поведінки, яка допомагає підприємству вирішувати проблеми ще до їхнього виникнення, і яка ґрунтується на принципі, що для вирішення нових проблем потрібні нові способи (тобто старих способів недостатньо).

В такому контексті стратегія повинна підприємству надавати можливість:

2. діагностувати рівень стабільності конкурентного середовища;
3. вибудовувати свою діяльність на стратегічних конкурентних засадах із урахуванням змін конкурентного середовища;
4. підвищувати здатність адаптації до змін у конкурентному середовищі, діагностувати конкурентоспроможність;
5. переглядати його бізнес-портфель тощо.

Відтак стратегія має визначати перспективи розвитку підприємства на всіх його рівнях і щодо усіх складових бізнес-напрямів та бізнес-процесів, а також задавати принципи поведінки (тобто виконувати роль інклюзивної системи визначення раціональної лінії поведінки).

Виходячи із вище задекларованих змісту стратегії та переліку її функцій, її представлення вимагає нестандартного підходу. Такий підхід до представлення і відповідні форми візуалізації стратегії пропонує Ковтун О. І. Так в якості форми представлення ним запропонована фреймова модель, яка являє собою сукупність взаємопов'язаних фреймів, в яких розписані логіка поведінки та альтернативні варіанти рішень щодо ключових питань функціонування та розвитку підприємства за різних можливих умов і сценаріїв розвитку зовнішнього середовища та внутрішнього середовища підприємства[4]. Така протофреймова модель забезпечує дотримання принципів ітеративності, інклюзивності та альтернативності в стратегічному виборі.

Така стратегія виступатиме як системний інклюзивний метод управління і як системний інклюзивний засіб, що визначає, задає логіку управління інвестиційними та ресурсними потоками на підприємстві як відкритій системі, узгоджену із його стратегічними цілями щодо методів ведення та розвитку бізнесу, конкуренції, позицій на ринку, напрямів та

характеру розвитку та інших ключових питань його функціонування та розвитку і, таким чином, забезпечує координацію всіх напрямів діяльності, функцій і бізнес-процесів на підприємстві на довготривалій період. Відтак у підсумку в такому форматі (в форматі інклюзивної системи узгоджених заходів) стратегія визначатиме взаємоузгоджені, скоординовані напрями формування ефективної моделі функціонування підприємства на усіх рівнях його управління та в усіх ланках формування вартості його бізнесом на тривалу перспективу.

#### **Список використаних джерел**

1. Mintzberg H. *The strategy process* / Henry Mintzberg, James Brian Quinn, and Sumantra Ghoshal. – [Rev. European ed. London] ; New York : Prentice Hall, 1998. – 1036 p.
2. Томпсон-мл. А. А. *Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа* / Томпсон-мл. А. А., Стрикленд А. Дж. – К. : Вільямс, 2003. – С. 32, 41, 75.
3. Ковтун О. І. *Інноваційні стратегії в системі забезпечення конкурентоспроможності для вітчизняних підприємств: теоретико-методологічні засади формування та реалізації* : монографія / О. І. Ковтун – Львів : Видавництво ЛКА, 2013. – 352 с.
4. Ковтун О. І. *Когнітивний підхід до визначення змісту, представлення та формування стратегії сучасних підприємств* / О. І. Ковтун // *Технологічний аудит та резерви виробництва*. – 2013. – № 1/3 (9). – С. 21-25.

**Мищук А. І.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ В ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЛІ**

Сучасний ринок товарів народного споживання відрізняється кардинальними змінами умов господарювання суб'єктів торговельної діяльності, зумовленими такими чинниками, як: трансформація ринкової економічної системи, розвиток інтеграційних процесів, проникнення на вітчизняний ринок зарубіжних торговельних мереж, швидке поширення інформаційних технологій та формування інформаційного суспільства, зміна споживчих уподобань покупців, значне зниження обсягів платоспроможного попиту внаслідок зростання витрат на комунальні послуги, транспортних тарифів, інфляційних процесів, тощо. Як наслідок, посилюється та змінюється конкуренція суб'єктів торговельного бізнесу за покупця та утримання певного сегменту ринку.

Вивчення сучасної практики торгівлі в Україні свідчить про наявність негативних тенденцій, що характеризують її розвиток:

- скорочення попиту на непродовольчі товари внаслідок зміни структури витрачання грошових доходів населення;
- зниження попиту на імпортні товари через швидку зміну курсу валют;
- концентрація більшості об'єктів торгівлі в великих населених пунктах та значні відмінності в рівні доступності торговельної мережі для міського та сільського населення;
- зростання ставок орендної плати на придатні для торгівлі площі приміщень;
- безсистемність розвитку об'єктів торгівлі в населених пунктах;
- відсутність необхідної для функціонування торговельних підприємств, особливо, малих та середніх, ринкової (в т.ч. логістичної) інфраструктури;
- тінізація діяльності суб'єктів торговельного підприємництва;
- зростання випадків недотримання стандартів якості товарів, вимог сертифікації продукції, неналежного зберігання товарів;
- тіньова зайнятість в сфері торгівлі, зниження кваліфікації та лояльності персоналу торговельних підприємств та ін.

Присутність значної кількості операторів у роздрібній торгівлі пояснюється наступним:

– низькі вхідні бар'єри дозволяють дрібним фірмам легко увійти в бізнес, адже для відкриття справи не потрібно значних засобів, великого торговельного приміщення та дорогого обладнання;

– попит на ринку різноманітний як за товарним асортиментом, та і за ціновим діапазоном, що дозволяє існувати великій кількості торговців, що спеціалізуються на різних сегментах ринку;

– обслуговувані групи населення обмежені географічно, тому місцеві підприємства, особливо дрібні, легше проникають на невеликі ділянки збуту та більш чітко реагують на незначні зміни попиту;

– відсутність суттєвої економії на масштабах діяльності окремого підприємства [2].

При цьому позиції вітчизняних торговців апriorі є слабшими від крупних зарубіжних рітейлерів, які накопичили значний досвід агресивного розвитку в ринкових умовах.

Все це обумовлює необхідність пошуку нових шляхів підвищення ефективності торговельної діяльності і, перш за все, через впровадження інновацій.

Узагальнення досвіду провідних рітейлерів дозволяє виокремити такі напрямки інноваційних змін, поширювані нині суб'єктами торгівлі України:

– посилення ролі та уваги до надання розважальних послуг та організації дозвілля потенційних покупців поряд з провадженням власне торговельної діяльності (ігрові кімнати та майданчики для дітей, послуги аніматорів, кінотеатри, більярд, ковзанки, заклади швидкого харчування, спорт-клуби, тощо);

– розвиток торговельно-закупівельної діяльності у віртуальному середовищі (електронна торгівля), страхування товарів та торговельних обладунків;

– доставка, монтаж, післяпродажне сервісне обслуговування та ремонт складнотехнічних товарів;

– організація виробництва, як правило, продовольчих товарів під власною торговою маркою (брендинг, ребрендинг, Інтернет-брендинг);

– провадження рекламних кампаній з використанням технологій Free Format Projection, Ground FX, Direct-mail, проведення вебінарів, вітриністика);

– налагодження зворотного зв'язку з покупцями (краудсорсинг, рефреймінг)

– надання супровідної інформації про товар (інтерактивні панелі), організація системи придбання (зважування товару, сканування цінника) та розрахунку за товари (безготівковим способом за допомогою платіжних карток) з використанням інформаційних технологій;

– використання мобільних терміналів накопичення даних про товари, відібрані покупцями в торговій залі та ін.

Зважаючи на це, наголосимо, що в підприємствах торгівлі актуальними є як продуктові (представлення товарів чи послуг, що є новими або значно поліпшеними за властивостями чи способами використання), так і процесні (впровадження нових або значно поліпшених торгово-технологічних та виробничих процесів), маркетингові (впровадження нових методів стимулювання продажу, змін в дизайні та упаковці товару, створення нових бізнес-моделей) та організаційні (впровадження нових методів організації торгівлі, взаємодійносин з контрагентами та контактними аудиторіями) інновації.

Водночас, науковці [1] стверджують про те, що тенденції, які склалися протягом останніх років, а також стан речей у галузі торгівлі свідчать про фактичне призупинення інноваційної діяльності підприємствами даної галузі. Її активізація потребує вирішення таких проблем, як: недостатній рівень поінформованості керівників і менеджерів щодо змісту інноваційної діяльності; страх перед змінами і пов'язаними з ними ризиками; низький рівень підготовки і стимулювання спеціалістів для реалізації інноваційних проєктів; обмеженість або відсутність фінансових ресурсів; труднощі у залученні іноземних інвесторів через нестабільність економічної ситуації та несприятливий інвестиційний клімат у країні; недосконалість правового регулювання відносин у інноваційній сфері; слабка роль державної влади і органів місцевого самоврядування у поєднанні своїх зусиль і бізнесу у здійсненні

інновацій; низький рівень фінансування державою розвитку інноваційної інфраструктури, в т.ч. наукової та науково-технічної діяльності [1, с. 74].

Впровадження інновацій надає певні вигоди як суб'єктам торгівлі (збільшення чисельності обслужених покупців, формування системи лояльних покупців, скорочення операційних витрат, відносно скорочення чисельності працівників в торговій залі), так і покупцям (покращення зручності та комфортності під час відбору та розрахунку за товари, пришвидшення обслуговування, посилення інформаційного супроводу придбання товару).

Отже, інноваційна діяльність виступає джерелом набуття конкурентних переваг в боротьбі за покупця на споживчому ринку. Вивчення та впровадження накопиченого досвіду інноваційного розвитку підприємств торгівлі розвинутих країн та провідних рітейлерів України дозволить переорієнтувати вітчизняні торговельні підприємства на інноваційні стратегії, без яких в умовах сьогодення неможливо досягати стійкого розвитку.

#### **Список використаних джерел**

1. Богославець Г. М. *Інноваційна діяльність підприємств торгівлі* / Г. М. Богославець, О. М. Трубей // *Інноваційна економіка*. – 2016. – № 7-8. – С. 69-74.
2. Каценко Е. Г. *Особенности и тенденции развития розничных торговых предприятий на рынке* / Е. Г. Каценко // *Вестник ОГУ*. – 2010. – № 2. – С. 73.

**Процикевич А. І.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

### **ПЕРЕДУМОВИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ІТ-ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

Посилилися об'єктивні підстави говорити про Україну як про все більш активного і потужного суб'єкта на світовому ринку ІТ-послуг, адже за період 2011-2016 рр. обсяги експорту вітчизняної ІТ-галузі збільшилися у 3 рази – з 1,1 до 3,2 млрд дол. США, а її внесок у ВВП країни зріс з 0,6 до 3,3 %. Як наслідок, галузь має найвищі темпи зростання експорту, займає третє місце за обсягом надходження валютної виручки в країну, а частка ІТ-послуг становить 26,0 % від загального експорту послуг України. На сьогодні 55-60 % вітчизняного аутсорсінгу ІТ-послуг спрямовується на експорт, а в світовому рейтингу виробників програмного забезпечення Україна посідає 15 місце; в країні налічується більше тисячу компаній (де тільки офіційно зайнято понад 30 тис. фахівців), що займаються розробкою лише програмного забезпечення [4, с. 7-8].

Підтвердженням активізації розвитку ринку ІТ-послуг в Україні стало й збільшення чисельності суб'єктів господарювання різних форм власності у такому виді економічної діяльності, як інформація та телекомунікації, кількість яких з 2010 р. до 2016 р. зросла на 73,4 тис. од., що у відносному вираженні становило у 2,3 рази. При цьому лише за останній рік чисельність суб'єктів цього виду діяльності зросла на 11,7 %, а середньорічні темпи приросту за 2010-2016 рр. становили 15,8 %.

Звернімо увагу, що у 2010-2016 рр. доволі високою була чисельність зайнятих у виді економічної діяльності "Інформація та телекомунікації". За експертними даними вітчизняна ІТ-сфера в середньому щорічно офіційно забезпечує зайнятістю на 20 % фахівців більше, створюючи при цьому до 15 тис. високооплачуваних додаткових робочих місць; причому створення 1 місця в ІТ-галузі стимулює створення 3-4 додаткових робочих місць в інших галузях економіки [5]. Так, згідно цих даних, у 2016 р. тут було зайнято 282,8 тис. осіб, серед яких – 162,1 тис. осіб (57,3 %) становили наймані працівники. Для 2010-2016 рр. характерною була тенденція до збільшення чисельності зайнятих в аналізованому виді економічної діяльності в порівнянні з загальною чисельністю зайнятих в економіці – з 2,6 % до 3,4 % (приріст становив 0,8 в. п.).

Позитивний вплив справляє також функціонування ІТ-сфери і на розвиток фінансового сектору України. Слід звернути увагу на те, що у 2016 р. у фінансовий сектор України у вигляді банківських депозитів ІТ-фахівців залучено 5,8 млрд грн, тоді як доходи банків від пов'язаних операцій з валютою склали 1,7 млрд грн.

Збільшення чисельності суб'єктів галузі ІТ забезпечило й зростання обсягу створення і просування на ринок ІТ-продукту. Так, випуск товарів і послуг у виді економічної діяльності "Інформація та телекомунікації" з 2010 р. до 2016 р. збільшився у 2,7 рази. У абсолютному вираженні приріст склав 114,6 млрд грн. Аналогічними темпами за 2010-2016 рр. збільшувалися й обсяги валового внутрішнього продукту (за виробничим методом) в аналізованому виді економічної діяльності – у 2,7 рази – з 33,0 млрд грн до 89,3 млрд грн [2].

На нашу думку, ці тенденції доцільно розглядати як сприятливі щодо передумов активізації інвестиційної діяльності на ринку ІТ-послуг, оскільки збільшення обсягів діяльності при раціональному управлінні витратами апіорі приводить до покращення фінансово-економічних результатів і фінансового стану підприємств галузі, а, відповідно, і до покращення їх та галузевого комплексу в цілому інвестиційної привабливості.

Позитивно, що порівняно високою у 2016 р. залишалася частка ІТ-послуг, реалізованих підприємствами – 67,1 %, яка, відповідно, перевищувала аналогічний показник для фізичних осіб – підприємців, що становив 32,9 %. Але, якщо проаналізувати період 2010-2016 рр., то є підстави стверджувати про погіршення цієї передумови зростання інвестиційної привабливості ринку ІТ-послуг України, адже ще у 2010 р. частка ІТ-послуг, реалізованих підприємствами, становила 90,3 %, а відповідний показник для фізичних осіб – підприємців – 9,7 %.

Покращуються й інші характеристики ролі аналізованого виду економічної діяльності в системі національного господарства нашої держави. До прикладу, у 2016 р. галузь забезпечувала 7,0 % загальної чисельності суб'єктів господарювання, 3,4 % зайнятості населення та 2,6 % загальних обсягів реалізації продукції (товарів, робіт, послуг). Для порівняння, відповідні показники для 2010 р. становили 2,6 %, 2,6 % та 1,9 % (що було на 4,4 в.п., 0,8 в.п. та 0,7 в.п. менше). На наш погляд, сфера ІТ займає порівняно істотне місце в економіці України, а ще й з огляду на потенціал розвитку і розширення місткості внутрішнього ринку ІТ-послуг, характеризується підвищеною інвестиційною привабливістю.

За даними експертів, вітчизняна сфера ІТ-послуг на сьогодні експортно орієнтована і значна частина її тіньового сегменту, власне, й створюється для зовнішніх замовників, а 9 з 10 фахівців працюють над замовленнями з-за кордону [1, с. 161-172]. Додатковим підтвердженням наявності зовнішньоекономічного потенціалу вітчизняних ІТ-послуг є істотне збільшення обсягів зовнішньоекономічної діяльності у сферах телекомунікацій, комп'ютерних та інформаційних послуг України. Так, обсяги експорту цих послуг за 2000-2016 рр. збільшилися у 18,3 рази. В абсолютному вираженні приріст склав 1,6 млрд дол. США. Лише до 2015 р. обсяги експорту послуг у сфері телекомунікацій, комп'ютерних та інформаційних послуг збільшилися на 58,5 млн дол. США. Ці тенденції видається доцільним розцінювати як позитивні, адже вітчизняні ІТ-послуги конкурентоспроможні на світовому ринку, відтак, наявні можливості для залучення портфельних чи прямих зовнішніх інвестицій під конкретні зарубіжні замовлення з-за кордону.

Звернімо увагу, що обсяги імпорту послуг у сфері телекомунікацій, комп'ютерних та інформаційних послуг також збільшуються, проте істотно нижчими темпами в порівнянні з нарощуванням експорту цих послуг. Так, обсяги імпорту за 2000-2016 р. зросли у 3,8 рази (на 310,5 млн дол. США в абсолютному вираженні), а для 2015-2016 рр. навіть був характерний спад – на 23,3 %.

Як позитивний аспект у контексті як розвитку вітчизняного ринку ІТ-послуг, так і покращення його інвестиційної привабливості можна визначити задовільну фінансово-економічну ефективність його суб'єктів. Так, у 2016 р. для всіх галузей сфери ІТ-послуг характерним був позитивний фінансовий результат, що забезпечив доволі високі показники рентабельності діяльності. До прикладу, у галузі видання програмного забезпечення

рентабельність операційної діяльності склала 11,2 %, а всієї діяльності – 5,9 %. Аналогічні показники для комп'ютерного програмування, консультування і пов'язаних з ними послуг становили 7,9 % та 5,8 %, а для надання інформаційних послуг – 2,8 % та 0,1 % [3, с. 47-54].

Тенденції розвитку ринку IT-послуг України у переважачій мірі сприятливі для активізації інвестиційного процесу. Підтвердженням цього стали загальносвітові глобальні та вітчизняні тенденції до розвитку сфери IT-послуг, їх масштабного впровадження за всіма напрямками суспільного життя і економічних відносин. Однозначно, вказані тенденції позначилися на покращенні макроекономічних передумов інвестування на ринку IT-послуг України.

#### Список використаних джерел

1. Васильців Т. Г., Лунак Р. Л., Васильців В. Г. Характеристика функціональних складових економічної безпеки сектору інформаційно-комунікаційних технологій України. *Економічний дискурс*. 2017. Вип. 1. С. 161-172.
2. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Куцик П. О., Прицикевич А. І. Концептуальні характеристики функціонування та особливості державного регулювання розвитку ринку IT-послуг. *Економічний дискурс*. 2017. Вип. 3. С. 47-54.
4. Ожеван М. А., Глаток С. Л., Ісакова Т. О. Інформаційні технології як фактор суспільних перетворень в Україні : аналіт. доп. Київ : НІСД, 2011. 96 с.
5. *Export-oriented segment of Ukraine's IT services market: Status quo and prospects*. URL : [http://www.eba.com.ua/static/export\\_it\\_industryfinal\\_29092016.pdf](http://www.eba.com.ua/static/export_it_industryfinal_29092016.pdf).

**Олексин С. М.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## РЕІНЖИНИРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ОПТОВОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА В РОЗРІЗІ ЕТАПІВ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ

Інструментарій реінжинірингу передбачає: відмову від застарілих правил і підходів; початок ділового бізнес-процесу, який усуне негативний вплив сформульованих господарських догм; позитивні зміни показників діяльності оптового підприємства; визнання наявного інструментарію та процедур реструктуризації оптового підприємства недостатньо ефективними; радикальну зміну форм і методів оптового продажу; зміну напрямку комерційної діяльності, коли неможливо змінити існуюче конкурентне середовище. При розробці проекту реінжинірингу, важливою компонентою буде правильно розглянути окремим етапом вплив основних факторів і виділити специфічні, які для кожного оптового підприємства є індивідуальними.

Кожне оптове торговельне підприємство – це бізнес система, яка функціонує у сфері впливу різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що у сукупності можуть призвести до кризових явищ на кожній стадії життєвого циклу. Це взаємопов'язаний та безперервний процес нормального функціонування оптового підприємства. Перехід від одної стадії до іншої може супроводжуватися кризами різного типу, зумовленими впливом зовнішніх і внутрішніх факторів (табл. 1).

Таблиця 1

### Фактори впливу на реінжиніринг бізнес-процесів оптового торговельного підприємства [3]

Чинники не залежні від оптового торговельного підприємства	Чинники залежні від оптового торговельного підприємства
Державне регулювання	Результат управлінських рішень
Динаміка ринку	Тип торгово-технологічного та логістичного процесу
Зростаюча конкуренція	Ресурси оптового підприємства
Зростаюча кількість нових оптових підприємств	Методи фінансування торгово-технологічного та логістичного процесу
Інноваційні технології	Команда, що розробляє і реалізує проєкт реінжинірингу
Вибагливі постачальники та оптові покупці	Великі витрати

Проблема полягає у пошуку універсальних підходів до нівелювання наслідків впливу негативних факторів. На будь-якій стадії розвитку життєвого циклу оптове торговельне підприємство може потрапити у кризове становище і важливим питанням постає знаходження дієвого інструменту перепроєктування змін та вирішення нагальних проблем. Основні тези теорії життєвого циклу, А. Адизеса, полягають у наступному: розвиток організації подібно живому організму; на будь-якій стадії розвитку в організації є проблеми [1, с. 57-58]. Тому, на нашу думку, методичні підходи до застосування реінжинірингу бізнес-процесів у оптових торговельних підприємствах, повинні знаходитися в руслі стадій життєвого циклу та впливу зовнішніх і внутрішніх факторів.

На практиці, реалізація комплексу антикризових процедур починається на стадії занепаду, коли оптове підприємство неплатоспроможне, і для відновлення його платоспроможності необхідно застосувати процедуру банкрутства. Запропонований підхід відрізняється, тим що дозволяє застосовувати інструменти реінжинірингу на усіх стадіях розвитку оптового підприємства, незалежно від його фінансового стану та поставлених цілей. При цьому вирішується проблема: попередження кризових явищ, пошуку оптимальних систем управління на основі поєднання інструментарію реінжинірингу.

Управління бізнес-процесами є дуже важливою та складною роботою на всіх етапах життєвого циклу оптового підприємства, його розвитку, тому саме запропонований підхід до реінжинірингу дозволить кардинально реконструювати проблемні бізнес-процеси, пристосовуючи їх до нових ринкових умов та посилювати рівень ефективності управлінських рішень. Таким чином сконцентруємося на п'яти основних етапах запропонованого підходу (рис. 1).

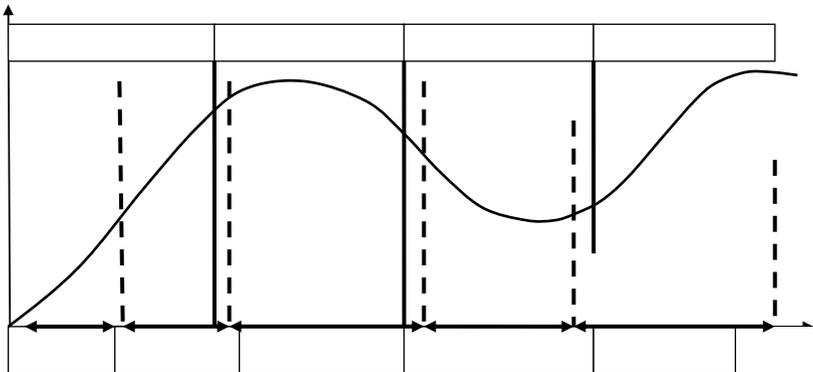


Рис. 1. Реінжиніринг бізнес-процесів (РБП) оптового торговельного підприємства в розрізі етапів життєвого циклу (розроблено автором)

Окремі підприємства знаходяться на стадії зрілості. Завдання будь-якого керуючого на цьому етапі (а точніше, це завдання має розумітися у кожній дії керуючого з моменту створення оптового підприємства) максимально збільшити його тривалість. Про це варто подбати заздалегідь, так як слідом за фазою зрілості, як правило, настає фаза спаду. Резерви зростання та комерційний потенціал оптового підприємства використані практично повністю, так як воно стає неплатоспроможним і досить легко “скочується” на стадію спаду.

Вплив різноманітних факторів стимулює застосування конкретного набору інструментів реінжинірингу, що покликані вирішити проблеми на даному етапі. Це надає підстави для виділення класифікаційних ознак реінжинірингу, що відповідають певним етапам життєвого циклу оптового торговельного підприємства:

- 1) для етапів становлення та розвитку реінжиніринг не передбачений, так як підприємство тільки починає функціонування своєї комерційної діяльності;
- 2) для етапу зрілості застосовуємо перманентний РБП;
- 3) для етапу спаду першочерговий реінжиніринг бізнес-процесів.

Отже, класифікація реінжинірингу надає можливість структурувати оптові торговельні підприємства за поточним станом комерційної діяльності. Реалізація цілей оптового торговельного підприємства базується на застосуванні конкретного виду реінжинірингу.

#### **Список використаних джерел**

1. Захарченко І. С. Визначення факторів впливу на економічну активність підприємства / І. С. Захарченко // [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://knu.edu.ua/Files/Verstka33/70.pdf>.
2. Коваленко О. В. Концепція життєвого циклу підприємства та кризові фактори [Електронний ресурс] / О. В. Коваленко // Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc\\_Gum/Biznes/2010\\_1/2010/01/100104.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Biznes/2010_1/2010/01/100104.pdf).
3. Hammer M. *Beating the Risks of Reengineering* / Hammer M. Michael and S. – Stanton : Fortune, May 15, 1995.

**Танцюра А. О.**  
аспірант,  
**Демчишин Я. І.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

### **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У РИНКОВИХ УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ**

Під час розвитку ринкової економічної системи набувають особливої актуальності проблеми планування та оптимізації можливостей торговельних підприємств довгострокового й поточного характеру. Досвід зарубіжних країн свідчить про необхідність утворення гнучких господарсько-організаційних систем, що уможливили б миттєве реагування на зміни в навколишньому середовищі. З огляду на це слід приділити увагу переосмислення концептуальних підходів до створення та розвитку вітчизняних торговельних підприємств, а передовсім до процесів цілеспрямованого формування їхніх потенціалів. Ще й сьогодні процесам формування потенціалу підприємства торгівлі не завжди приділяють належну увагу. Кризовий стан національної економіки та окремих торговельних підприємств, що супроводжується скороченням чисельності працівників, зниженням їхнього кваліфікаційного рівня і продуктивності праці та іншими негативними явищами, закономірно призводить до втрати потенціалу.

Формування потенціалу торговельного підприємства – це процес ідентифікації та скорочення спектра підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм задля стабільного розвитку та ефективного відтворення. Процес формування потенціалу торговельного підприємства є одним з напрямків його економічної стратегії та передбачає створення й організацію системи ресурсів і компетенцій таким чином, щоб результат їхньої взаємодії був фактором успіху в досягненні стратегічних, тактичних і операційних цілей діяльності торговельного підприємства.

Відмітимо, що матеріальною основою потенціалу торговельного підприємства є фінансові ресурси, відображені в його балансі, а величина сукупного потенціалу є результатом спільних зусиль з реалізації його елементів, який залежно від інтересів власників може бути виражений або потенційним прибутком, що залишається в розпорядженні підприємства або його вартістю.

Нижнім рівнем є ресурсний потенціал, який формується як результат використання і взаємодії техніко-технологічного, інформаційного, організаційного, кадрового елементів, а результатом його реалізації є фактичний і потенційний обсяг реалізації товарів.

Сполучною ланкою між господарським і загальним інституціональним рівняннями

виступає ринковий потенціал, який формується як результат прояву компетенцій функціонування та активності торговельного підприємства, необхідних для задоволення потреб ринку в певному обсязі продукції в умовах існуючого маркетингового середовища.

Результатом реалізації ринкового потенціалу є фактичний і потенційний обсяг продажів. Таким чином, структурна модель формування потенціалу торговельного підприємства показує, що потенціал будь-якого рівня виникає як результат взаємодії ресурсів, що його забезпечують, і компетенцій [1, с. 14-20].

Потенціал являє собою зібраний шляхом збереження запас економічних благ у формі грошових засобів і реальних капітальних товарів, який використовується його власниками в економічному процесі як інвестиційний ресурс і фактор функціонування з метою отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і пов'язаний з факторами часу, ризику і ліквідності.

Особливості потенціалу в рамках конкретного торговельного підприємства пов'язане з двома економічними процесами, а саме: формування та використання. Так, економічний процес формування потенціалу торговельного підприємства характеризується наступними особливостями [2, с. 55-108; 3, с. 80-151]:

- формування потенціалу являється основною вихідною умовою створення нової справи (інвестування потенціалу в підприємницьку діяльність вимагає попереднього його формування в необхідній кількості; без формування потенціалу, авансованого в придбання активів створюваного торговельного підприємства, процес відкриття нової справи не може бути здійснене; при формування потенціалу для цих цілей вимагається загальна потреба в ньому для функціонування торговельного підприємства на початковій стадії, забезпечуються задоволення цієї потреби за рахунок різних джерел);

- процес формування потенціалу торговельного підприємства пов'язане з процесом першочергового його накопичення (із яких би джерел не формувався капітал в процесі побудови і розвитку торговельного підприємства, в яких би формах не залучався, цьому має передувати першочергове його накопичення; темпи першочергового накопичення потенціалу визначається рівнем розвитку країни в цілому);

- формування потенціалу супроводжує всі стадії життєвого циклу торговельного підприємства, пов'язане з його економічним розвитком (починаючи з “започаткування” торговельного підприємства і закінчуючи його “банкрутством”, процес формування потенціалу носить неперервний характер; кожна стадія життєвого циклу торговельного підприємства характеризується особливостями в цілях і методах формування потенціалу);

- процес формування потенціалу носить детермінований і регулюючий характер (детермінованість цього процесу характеризується його кількісною визначеністю в часі, по об'єму, структурі і іншим параметрам; регульованість цього процесу визначається системою конкретних дієвих методів фінансового менеджменту, які дозволяють досягти і підтримати задані параметри формульованого потенціалу);

- формування потенціалу пов'язане з цілями і напрямками стратегічного розвитку торговельного підприємства;

- темпи формуючого нового власного потенціалу функціонуючого торговельного підприємства за рахунок внутрішніх джерел визначається часовим вибором його власників (процес такого формування здійснюється через механізм дивідендної політики);

- процес формування потенціалу нероздільно пов'язане з забезпеченням зростання ринкової вартості торговельного підприємства, яке являється одним з пріоритетних напрямків фінансового менеджменту (це зростання забезпечується не тільки збільшенням суми власних фінансових засобів в господарському обороті торговельного підприємства, але і формуванням раціональної структури використовуваного потенціалу);

- ефективне формування потенціалу в розрізі окремих його видів являється важливою умовою забезпечення фінансової стійкості торговельного підприємства (раціональна структура використовуваного потенціалу дозволяє знизити рівень фінансових ризиків в майбутньому, попередити загрозу банкрутства);

- можливість формування потенціалу торговельного підприємства в майбутньому періоді в багато чому досягається досягнутою його структурою на початковій стадії господарського циклу;

- в процесі формування потенціалу торговельного підприємства необхідно враховують вартість його залучення з різних джерел (вартість додаткового залученого потенціалу повинна бути обов'язково співставлень з розміром додаткового ефекту від його використання).

Першочерговою умовою формування потенціалу окремими суб'єктами господарювання торгівлі є його першочергове накопичення в економічній системі країни. Воно може здійснюватися в реальній і грошовій формах. Особливості процесу накопичення потенціалу такі [2, с. 70-92; 3, с. 88-101; 5, с. 73-79]:

- накопичення потенціалу в реальній його формі представляє собою процес формування запасів капітальних благ (такі запаси формуються в економічній системі держави для забезпечення неперервності подальшого процесу продажу товарів);

- процес накопичення потенціалу в грошовій формі пов'язаний з розподілом залученого потенціалу в визначеному періоді чистого доходу на використання і збереження;

- пропорції розподілу чистого доходу на використання і збереження носять об'єктивний характер і залежать від ряду факторів.

В умовах ринкової економіки для торговельних підприємств усіх форм власності й організаційно-правового статусу основними джерелами формування потенціалу можуть бути як власні фінансові ресурси, так і позикові. Так, до зовнішніх джерел формування потенціалу належать: по-перше, кошти, що формуються як за рахунок особистих внесків, так і за рахунок можливостей фінансового ринку; по-друге, кошти, що формуються у порядку розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів у масштабах економічної системи держави. До внутрішніх джерел формування потенціалу належать фінансові ресурси, які формуються в процесі господарсько-фінансової діяльності торговельного підприємства. Внутрішні джерела власних фінансових ресурсів мають велике значення для формування потенціалу торговельного підприємства. Ними забезпечуються розширене відтворення і фінансова стабільність суб'єктів господарювання.

Серед джерел створення потенціалу найсуттєвішими є прибуток і амортизаційні відрахування. Саме ці зазначені джерела в основному забезпечують формування потенціалу у масштабах економічної системи держави. Зокрема, у приватних торговельних підприємствах джерела формування потенціалу досить обмежені. Це пов'язано з тим, що такі торговельні підприємства представляють інтереси, як правило, одного або кількох осіб [4, с. 244-249].

Таким чином, з погляду на торговельне підприємство як на незалежний суб'єкт господарювання, потенціал представляє собою абстрактну суму коштів в грошовій формі, що надані їх власником або кредитором господарюючому суб'єкту з метою інвестування, і характеризуються юридичним і часовим аспектами.

#### **Список використаних джерел**

1. Васильців Т. Г., Луцак Р. Л. Теоретико-методичні засади удосконалення бізнес-планування реалізації стратегії конкурентоспроможності підприємств на внутрішньому ринку України. Підприємство та інновації. – 2017. – Вип. 3. – С. 14-20.
2. Качмарик Я. Д., Куцик П. О., Качмарик І. Я., Луцак Р. Л., Боліновська Н. Я. Інвестиційна привабливість ресурсного потенціалу торговельного підприємства : монографія. Львів : Літературна агенція "Піраміда", 2012. – 168 с.
3. Качмарик Я. Д., Куцик П. О., Луцак Р. Л., Качмарик І. Я. Економічний механізм забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства : монографія. Львів : Літературна агенція "Піраміда". – 2012. – 208 с.
4. Куцик В. І., Луцак Р. Л. Моделювання конкурентних позицій підприємств реального сектора економіки на внутрішньому ринку. Бізнес-Інформ. – 2017. – № 12. – С. 244-249.
5. Луцак Р. Л., Хоміцький А. І. Удосконалення методики оцінювання ефективності функціонування підприємств оптової торгівлі. Бізнес Інформ. – 2016. – № 7. – С. 73-79.

Редченко К. І.  
д.е.н., професор,  
Станкевич О. І.  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## ЗАСТОСУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО СУДЖЕННЯ ПРИ ПЛАНУВАННІ АУДИТУ

Протягом останніх тридцяти років зміст та організаційно-методичне забезпечення аудиторського процесу зазнали значних трансформацій. Ці зміни пов'язані, насамперед, з розвитком інформаційних технологій та поширенням ризико-орієнтованої концепції аудиту, яка дозволяє аудиторським фірмам зосередитися на найбільш проблемних аспектах діяльності клієнтів. Разом з тим, необхідність оцінювати ризики під час виконання завдань з аудиту та іншого надання впевненості передбачає зростання ролі професійного судження як на стадії планування, так і на наступних стадіях процесу аудиту.

У Міжнародному стандарті аудиту 300 “Планування аудиту фінансової звітності” вказується, що характер та обсяг заходів з планування залежать від розміру і складності суб'єкта господарювання, попереднього досвіду роботи з таким суб'єктом господарювання ключових членів команди із завдання та змін в умовах, що відбуваються під час виконання завдання з аудиту [1, с. 280]. Крім того, на процес планування аудиту помітно впливає використання інформаційних технологій, які є не лише джерелом нових можливостей для аудиторів, але й чинником, який вимагає додаткових компетенцій. Сучасні аудитори повинні добре орієнтуватися у питаннях, пов'язаних з особливостями корпоративних інформаційних мереж, вимогами кібербезпеки, змінами та новаціями у спеціальному аудиторському програмному забезпеченні. Це вимагає як підвищення власної обізнаності у вказаних питаннях, так і більш тісної взаємодії з фахівцями у сфері програмування та захисту інформації.

Зростання ролі інформаційних технологій в аудиті призводить до різних, часом суперечливих, наслідків. З одного боку, інформатизація дозволяє зробити процес планування аудиту більш структурованим і формальним, а з іншого – вимагає ширше застосовувати професійне судження і враховувати особливості інформаційних систем та бізнес-моделі клієнта. При цьому формалізуються, переважно, найбільш рутинні і прості за змістом процедури планування аудиту, а прийняття рішень з комплексних та складних проблем потребує застосування професійного судження високого експертного рівня – як індивідуального, так і колективного.

Для формування професійного судження зі складних та суперечливих питань МСА 200 “Загальні цілі незалежного аудитора та проведення аудиту відповідно до Міжнародних стандартів аудиту” рекомендує застосовувати консультування як у межах групи з аудиту чи у середовищі аудиторської фірми, так і за її межами з фахівцями відповідного рівня. Вважається також, що участь партнера із завдання та інших ключових членів команди із завдання в плануванні аудиту дає змогу використати їх досвід та інтуїцію, внаслідок чого підвищується ефективність процесу планування [1, с. 281].

У світовій практиці професійне судження на етапі планування аудиту найчастіше застосовується у процедурах, пов'язаних з вивченням бізнесу клієнта та оцінкою притаманного (властивого) ризику; при отриманні розуміння внутрішнього контролю; при визначенні рівня суттєвості; при оцінюванні ризиків шахрайства; при розробці загальної стратегії та складанні програми аудиту. На складність судження впливають, насамперед, такі чинники як галузь діяльності, особливості бізнесу та інформаційні системи клієнта. Щодо останніх, то Американський інститут сертифікованих громадських бухгалтерів (AICPA) ще у

1996 році у Положенні зі стандарту аудиту № 80 (SAS 80) звертав увагу практикуючих аудиторів на той факт, що складні обчислювальні архітектури, такі, наприклад, як ERP-системи, значно ускладнюють професійні судження під час планування аудиту.

Загалом, планування аудиторських процедур по суті, аналітичних та інших процедур вимагає від аудиторів не лише розуміння інформаційної системи клієнта, але й вміння використовувати спеціальне програмне забезпечення для отримання достатніх і доречних аудиторських доказів. Це дозволяє ефективно застосовувати так званий структурований підхід до аудиту, про переваги якого ще у 1980-ті роки писали Б. Кашинг, Дж. К. Лоббек, М. Дірсмйт, М. Макалістер.

Структурований підхід до аудиту має системний характер та вирізняється чітко встановленою, логічною послідовністю етапів, процедур і робочих документів, а також комплексним застосуванням політик та інструментів аудиту, розроблених для допомоги аудиторі при виконанні ним завдань з надання впевненості. Стандартизація аудиторських процедур і робочих документів у поєднанні з сучасними комп'ютерними системами аудиту зменшує залучення досвідчених аудиторів для вирішення типових, часто повторюваних, ситуацій, а також сприяє загальному зростанню продуктивності персоналу аудиторських фірм.

Разом з тим, було би помилкою вважати, що структуризація аудиторського процесу дозволяє співробітникам різної, часом невисокої, кваліфікації виконувати аудит приблизно з однаковою ефективністю чи зводить використання професійного судження до мінімуму. Насправді структурований підхід лише формалізує порядок застосування професійних суджень та визначає, які саме судження повинні бути застосовані у тих чи інших випадках, коли, ким і в який спосіб.

Структуризація аудиторського процесу і застосування професійних суджень за своєю природою не є протилежними чи суперечливими явищами. Найчастіше, структурований підхід лише надає аудиторі певні шаблони рішень чи взірці, побудовані на основі найкращих міжнародних практик, але остаточне рішення завжди приймається аудитором самостійно [2]. Наприклад, при розробці плану і програми аудиту він може з успіхом використовувати типові шаблони робочих документів та стандартні обчислювальні алгоритми, проте визначити рівень суттєвості, оцінити аудиторський ризик, сформувати аудиторську вибірку, запланувати подальші процедури аудитор повинен виходячи з конкретних обставин та спираючись на власне професійне судження.

Рішення, які аудитор приймає на етапі планування аудиту, значною мірою є відображенням отриманого ним раніше розуміння компанії замовника, середовища її діяльності та властивої їй бізнес-моделі. Це допомагає аудиторам краще оцінювати властивий ризик на рівні фінансової звітності, виявляти загрози для безперервного функціонування компанії та її опірності впливам різних зовнішніх і внутрішніх чинників.

За допомогою структурованого підходу можна отримати досить чітку схему, за якою повинен діяти аудитор, вивчаючи бізнес замовника, оцінюючи аудиторський ризик та приймаючи рішення щодо стратегії і детального плану аудиту. Але створена таким чином логічна конструкція завжди потребуватиме змістовного експертного наповнення, яке значною мірою є результатом професійних суджень учасників аудиторського процесу.

#### **Список використаних джерел**

1. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг. Видання 2015 року. – К. : Міжнародна федерація бухгалтерів, Аудиторська палата України, 2016. – Частина 1. – 1249 с.
2. MacLulich K. K. *Dynamics between judgment and structure in formative years in audit practice: Insight from hermeneutics* [Електронний ресурс] / К. К. MacLulich. – Режим доступу: [http://www.ibrarian.net/navon/paper/\\_USE\\_JUDGEMENT\\_AND\\_FOLLOW\\_STRUCTURE\\_\\_ON\\_PERPETUA.pdf?paperid=12731143](http://www.ibrarian.net/navon/paper/_USE_JUDGEMENT_AND_FOLLOW_STRUCTURE__ON_PERPETUA.pdf?paperid=12731143).

## **ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМЕТРИЧНОГО АНАЛІЗУ У ПРОЦЕСІ ЗДІЙСНЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Важливим завданням системи внутрішнього контролю є вивчення основних закономірностей щодо динаміки економічних процесів, які відбуваються на підприємстві. Таке вивчення ускладнене тим, що на досліджувані показники впливають багато чинників, періодичні сезонні коливання, а також випадкові відхилення. Дослідження закономірностей динаміки економічних процесів дає змогу побачити загальні тенденції розвитку підприємства. Використання для цього спеціальних методів аналізу рядів динаміки залежить від особливостей вихідної інформації та обумовлюється завданнями аналізу конкретної економічної проблеми, яка підлягає вирішенню.

Актуальність вирішення цих питань по відношенню до системи споживчої кооперації України зумовлена тим, що у її структурі наявні підприємства різних галузей діяльності та організаційно-правових форм, відокремлені й структурні підрозділи, що ведуть або забезпечують господарську діяльність. Це накладає свій відбиток на організацію внутрішнього контролю, оскільки частина суб'єктів господарювання вже не підпадає під безпосередній вплив вищих органів кооперативного контролю. Станом на 1 січня 2016 року система споживчої кооперації об'єднувала у своїй структурі 1886 споживчих товариств, 180 районних споживчих товариств та 178 районних споживчих спілок у 22 областях України [1, с. 6-7].

Зміни часових рівнів рядів динаміки пов'язані з впливом на досліджуване явище ряду факторів, які, в багатьох випадках, неоднорідні за напрямком, силою та часом впливу. Визначальний вплив на досліджувані процеси мають так звані постійні фактори, які формують у рядах динаміки основну тенденцію розвитку. Щодо випадкових чинників, то вони характеризуються несподіваними (короткочасними) змінами рівнів рядів динаміки. Потреба вивчення основних елементів рядів динаміки (тенду, періодичних коливань, випадкових відхилень) пов'язана саме з множинністю результатів впливу постійних, періодичних та випадкових чинників на характер розвитку економічних процесів у часі.

Запропонована методика дослідження елементів динамічних рядів, розглянута на прикладі вивчення закономірності змін основних показників діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації України із використанням статистичних показників їх роботи за 2005-2015 рр., які є інформаційною базою проведеного економетричного аналізу. Застосування методів економетричного аналізу діяльності споживчої кооперації України дало змогу оцінити перспективи її розвитку.

Економетричний аналіз основних показників діяльності споживчої кооперації України та їх прогноз на найближчі три роки дав змогу побачити загальні тенденції її діяльності, що є важливим з точки зору стратегічного контролю. З використанням лінійних  $\tilde{x}_i^{лн}$ , параболічних  $\tilde{x}_i^{мп}$  та експоненціальних  $\tilde{x}_i^{експ}$  ( $i = 1, 2, \dots, n$ ) моделей трендів були обчислені прогнозні значення та їх відповідні оцінки для досліджуваних показників. При цьому ми керувалися правилом, що чим ближче значення помилки ME (середнє значення помилки) і MSE (середньоквадратичне значення помилки) до нуля, тим достовірнішими вважаються прогнозні значення для досліджуваних показників.

На основі зібраних даних про основні показники діяльності споживчої кооперації України за десять років ми побудували лінійні регресійні моделі залежності окремих з цих показників від впливу на них інших, для прикладу, обсягу роздрібного товарообороту – від кількості діючих магазинів і закладів ресторанного господарства. Проведені розрахунки

показали, що найбільший вплив на загальний обсяг роздрібного товарообороту  $x_1^1$  має обсяг роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства  $x_3^1$  ( $b_3=7,53387$ ) і менший вплив на  $x_1^1$  має обсяг роздрібного товарообороту торгової мережі  $x_2^1$  ( $b_2 = 1,06884$ ). Так при збільшенні обсягу роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства  $x_3^1$  на 1 млн. грн. очікується збільшення загального обсягу роздрібного товарообороту споживчої кооперації в середньому на 7,53387 млн. грн., а при збільшенні роздрібного товарообороту торгової мережі  $x_2^1$  на 1 млн. грн. слід чекати збільшення загального обсягу роздрібного товарообороту  $x_1^1$  в середньому на 1,06884 млн. грн.

Аналіз парного лінійного рівняння регресії, яке показує досить добру довіру ( $R^2 = 0,68606$ ) дає підставу стверджувати, що збільшення кількості членів споживчих товариств  $x_3^2$  приведе до збільшення пайового капіталу споживчих товариств  $x_1^2$  ( $b_3= +0,10783$ ). Зокрема, при збільшенні кількості членів споживчих товариств  $x_3^2$  на 1 тис. осіб очікується збільшення пайового капіталу  $x_1^2$  в середньому на 0,10783 тис. грн. Парне лінійне рівняння регресії має дуже малу вірогідність, оскільки значення парного коефіцієнта детермінації  $R^2$  є невеликим ( $R^2 = 0,2735$ ). Тому, невеликий вплив кількості членів споживчих товариств  $x_3^2$  на статутний капітал  $x_1^2$  ( $b_3=0,000215$ ) має швидше якісний, ніж кількісний характер.

Також аналіз рівнянь регресії засвідчив, що найбільший вплив на зведений чистий прибуток (збиток) підприємств і організацій системи споживчої кооперації  $x_1^3$  мають чистий прибуток закладів ресторанного господарства  $x_3^3$  ( $b_3 = 16,04819$ ) та чистий прибуток підприємств промисловості  $x_2^3$  ( $b_2 = 12,16401$ ), а найменший від'ємний вплив на зведений чистий прибуток  $x_1^3$  має збиток підприємств і організацій системи споживчої кооперації  $x_6^3$  ( $b_6 = -3,2912$ ). Зокрема, при збільшенні чистого прибутку закладів ресторанного господарства  $x_3^3$  на 1 млн. грн. очікується збільшення зведеного чистого прибутку (збитку) системи споживчої кооперації  $x_1^3$  в середньому на 16,04819 млн. грн.; при збільшенні чистого прибутку підприємств промисловості  $x_2^3$  на 1 млн. грн. очікується збільшення зведеного чистого прибутку (збитку) споживчої кооперації  $x_1^3$  в середньому на 12,16401 млн. грн.; при збільшенні чистого прибутку підприємств роздрібною торгівлі (магазинів)  $x_5^3$  на 1 млн. грн. очікується збільшення зведеного чистого прибутку (збитку) підприємств і організацій системи споживчої кооперації  $x_1^3$  в середньому на 2,80832 млн. грн.; при збільшенні прибутку підприємств і організацій системи споживчої кооперації  $x_4^3$  на 1 млн. грн. очікується збільшення зведеного чистого прибутку (збитку)  $x_1^3$  в середньому на 1,08866 млн. грн. і, на кінець, при збільшенні збитку підприємств і організацій системи споживчої кооперації  $x_6^3$  на 1 млн. грн. очікується зменшення зведеного чистого прибутку (збитку)  $x_1^3$  в середньому на 3,29122 млн. грн.

Аналіз множинного лінійного рівняння регресії, яке має досить велику вірогідність ( $R^2 = 0,8444$ ) дає підставу стверджувати, що найбільший вплив на зведений чистий прибуток (збиток) підприємств і організацій системи споживчої кооперації  $x_1^3$  має чистий прибуток закладів ресторанного господарства  $x_3^3$  ( $b_3 = 6,45449$ ) і значно менший вплив на зведений чистий прибуток  $x_1^3$  має чистий прибуток підприємств роздрібною торгівлі (магазинів)  $x_2^3$  ( $b_2 = 1,95763$ ).

Таким чином, необхідність фахового управління розвитком підприємств і організацій споживчої кооперації України, аналітичні й прогностичні цілі економетричного дослідження зумовлюють потребу надання визначеним основним тенденціям розвитку економічних процесів у системі узагальненої кількісної оцінки, що є предметом наших подальших досліджень.

#### Список використаних джерел

1. Показники господарської діяльності підприємств і організації спілок споживчих товариств областей за 2015 рік / Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств України (Укркоопспілка). – К. : 2016. – 49 с.
2. Дрейтер Н., Смит Г. Прикладной регрессионный анализ / Пер. с англ. Ю. П. Адлера, В. Г. Горского – М. : Финансы и статистика, 1987. – 351 с.

Медвідь Л. Г.  
к.е.н., професор,  
Левкович А. В.  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

### ЕЛЕМЕНТИ ПІДСИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ВИТРАТАМИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА У ФУНКЦІОНАЛЬНІЙ СТРУКТУРІ АІС

Сьогодні великого значення набуває застосування локальних та глобальних інформаційних мереж та “хмарних” технологій для потреб управління будь-яким бізнесом. Водночас для прийняття управлінських рішень необхідна своєчасна, оперативна і достовірна інформація, яка може бути сформована підсистемами фінансового та управлінського обліку на базі застосування автоматизованих інформаційних систем. Також важливим елементом організації моніторингу та оцінювання логістичних витрат у підсистемі внутрішнього контролю підприємств з виробництва контрольно-вимірювальних приладів є формування обліково-інформаційного забезпечення за допомогою автоматизованих інформаційних систем.

Автоматизовані інформаційні системи (АІС) можуть бути визначальним чинником обґрунтованості прийняття рішень щодо логістичних витрат і ефективності управління підприємством загалом та його логістичною діяльністю зокрема.

Тому АІС в частині управління логістичними витратами підприємств з виробництва контрольно-вимірювальних приладів повинні бути зосереджені на виконанні таких завдань, як: підтримка процедур фінансового та управлінського обліку логістичних витрат; підтримка процедур бюджетування логістичних витрат за центрами відповідальності першого і другого рівнів; формування внутрішньої звітності про логістичні витрати за центрами відповідальності та відомостей контролю логістичних витрат за фазами логістичної діяльності та структурними підрозділами, що задіяні у логістичних процесах виробничого підприємства.

Вивчивши вітчизняний ринок АІС, ми дійшли висновку, що вони назагал пропонують програми з автоматизації управління логістичними процесами як такими, а саме: системи управління транспортом, складом, доставкою, виробничими процесами, територією, бізнес-процесами, або логістикою загалом. Окремо використовується ціла низка пакетів прикладних програм для обліку виробничих витрат або витрат виробничих, торговельних, транспортних, будівельних підприємств тощо.

Однак розглянуті нами автоматизовані інформаційні системи не передбачають облік логістичних витрат як таких, а тим більше облік їх за центрами відповідальності на основі використання системи бюджетів для кожного центру логістичних витрат, формування управлінської внутрішньої звітності про їх виконання та відомостей внутрішнього контролю виконання таких бюджетів.

Водночас функціональні можливості багатьох пакетів прикладних програм передбачають розширення функцій для розв’язання завдань із обліку витрат підприємства загалом та логістичних зокрема. Це може бути здійснено із застосуванням відповідних функціональних модулів, які дозволяють:

- створювати у підсистемі нормативно-довідкової інформації довідники для обліку і

контролю логістичних витрат (центрів відповідальності, видів бюджетів, звітів виконання бюджетів, відомостей внутрішнього контролю виконання бюджетів, суб'єктів внутрішнього контролю, відхилень та розрахунку відхилень);

- забезпечити деталізацію інформації про господарські (логістичні) операції в розрізі статей логістичних витрат як на етапі внесення первинних даних, так і на етапі формування проміжних реєстрів обліку та звітності;

- виконувати розподіл логістичних витрат між центрами відповідальності (окремими структурними підрозділами, що задіяні у логістичних процесах, та фазами логістичної діяльності виробничого підприємства;

- здійснювати бюджетне планування логістичних витрат й оперативний контроль виконання бюджетів як під час відображення господарських (логістичних) операцій, так і на етапі формування підсумкових аналітичних звітів.

Підсистема управління логістичними процесами виробничого підприємства у функціональній структурі автоматизованої інформаційної системи може мати вигляд, зображений на рис. 1.

Як бачимо, базовим елементом автоматизованої інформаційної системи є технологічна платформа, засобами якої здійснюється управління підсистемами автоматизованої інформаційної системи, зокрема, управління базами даних, взаємодією між модулями та обмін даними з іншими програмами. Щодо підсистеми управління логістичними процесами, то вона, на нашу думку, має містити модулі управління закупівлями, виробництвом, збутом, запасами (складським господарством), основними засобами, в тому числі транспортними засобами та технологічним транспортом; персоналом. Відповідно управління логістичними витратами передбачає їх облік, бюджетування та внутрішній контроль.

Компанії-виробники програмного забезпечення пропонують на ринку стандартну конфігурацію автоматизованих інформаційних систем, яка включає технологічну платформу і набір типових модулів. За потреби покупця виробники можуть пропонувати додаткові модулі, які відповідають вимогам часу. До таких модулів, на нашу думку, слід віднести групу модулів з управління логістичними процесами та управління логістичними витратами виробничого підприємства.

При цьому постає низка проблем, вирішення яких вимагає методичної узгодженості модулів управління логістичними витратами із типовими модулями автоматизованої інформаційної системи.

На нашу думку, вирішення методичних питань узгодженості цих модулів слід розглядати на рівні нормативно-довідкової інформації, автоматизації фінансового та управлінського обліку логістичних витрат та внутрішньої звітності.

Для узгодження нормативно-довідкової інформації, що передбачена у більшості АІС, необхідно з'ясувати, які саме довідники модулів обліку, бюджетування та внутрішнього контролю логістичних витрат повинні бути узгоджені з довідниками інших модулів.

Так як типові АІС передбачають можливість ведення бухгалтерського обліку витрат центрів фінансової відповідальності, то при узгодженні довідника центрів відповідальності логістичних витрат та довідника центрів фінансової відповідальності виникає можливість обліку логістичних витрат. Також для ведення аналітичного обліку логістичних витрат важливим є використання довідників підрозділів підприємства, статей витрат, найменувань матеріальних ресурсів тощо, які мають бути узгоджені з довідниками модулів обліку і контролю логістичних витрат.

Таким чином, формування якісної нормативно-довідкової інформації щодо управління логістичними витратами підприємств з виробництва контрольно-вимірювальних приладів дозволить ефективно використовувати автоматизовані інформаційні системи та забезпечувати прийняття оперативних управлінських рішень.

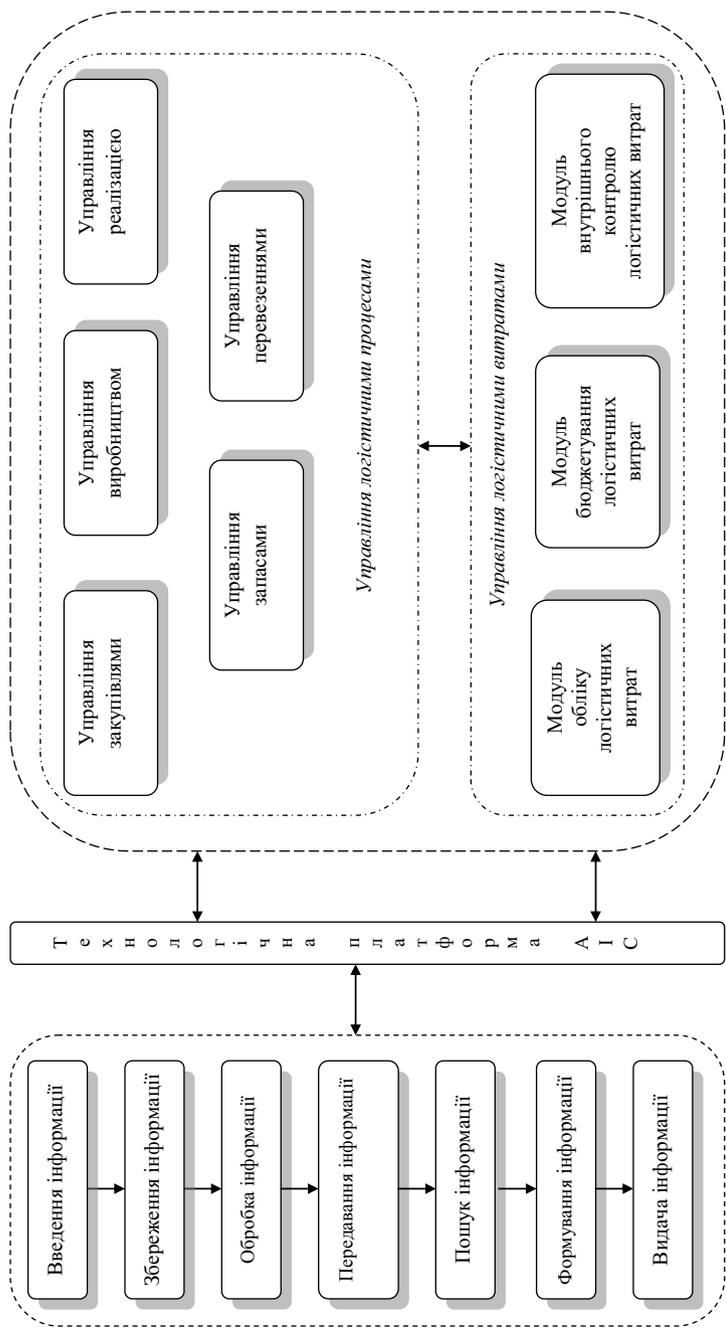


Рис. 1. Елементи підсистеми управління логістичними витратами виробничого підприємства у функціональній структурі АІС (запропоновано авторами)

## ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ЯК МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ КОНТРОЛІНГУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

За умов ринкової економіки концепція управління постійно змінюється, що спрямовано на вдосконалення прийняття управлінських рішень відповідно до змін зовнішнього середовища підприємства. Для ефективного функціонування і досягнення стратегічних цілей підприємства за наявності нестабільного зовнішнього середовища особливою важливості набуває процес обґрунтування управлінських рішень. Контролінг виступає інструментарієм забезпечення методичної бази для підтримки основних функцій управління, до складу яких входять планування, контроль, облік та аналіз, а також для оцінки ситуації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень [4].

Однією з функцій управління та організаційно-методичною складовою контролінгу є внутрішній контроль. Важливе місце у забезпеченні функціонування господарського механізму підприємств посідає внутрішній контроль, який забезпечує реалізацію місії і мети створення підприємства, збереження власності, суттєво впливає на виявлення та мобілізацію наявних резервів.

Більшість вітчизняних науковців [1-5] виділяють три основних елементи системи внутрішнього контролю: середовище контролю; облікова система; контрольні процедури. Середовище контролю – це процедури, дії і заходи, які відображають загальне ставлення власників та адміністрації підприємства до організації ефективної системи внутрішнього контролю (стиль та основні принципи управління; організаційна структура; розподіл повноважень і відповідальності; управлінські методи контролю; кадрова політика і практика тощо). Ефективна облікова система дає можливість менеджменту підприємства належним чином виконувати свої обов'язки з контролю, забезпечення збереження майна, представлення звітності з метою задоволення інформаційних потреб її користувачів та дотримання чинного законодавства. Процедури контролю визначаються специфікою діяльності підприємства та можуть бути класифіковані як: процедури контролю запобігання (попередження або перешкодження небажаним діям); процедури контролю невиявлення (спрямовані на виявлення або розкриття небажаної дії); процедури контролю виправлення (призначені для усунення (запобігання) помилок або небажаних дій).

Доцільно виокремлювати три основні етапи внутрішнього контролю витрат підприємства [5]: організаційно-підготовчий (постановка цілі та завдань, формування інформаційного забезпечення, вибір суб'єктів внутрішнього контролю), дослідний (методичний) – використання способів та методичних прийомів, реалізація методики, формування доказової бази для прийняття об'єктивних рішень за результатами контролю, результативно-узагальнюючий (документальне оформлення результатів внутрішнього контролю та використання результатів контролю шляхом надання користувачам результатів внутрішнього контролю, контроль за виконанням оперативних управлінських рішень та реалізацією проведених заходів).

Рівень складності контролю у системі управління витратами залежить від: галузево-технологічних особливостей діяльності підприємств, їх організаційної структури; обсягів діяльності; рівня організації управлінського обліку тощо. Побудова належної системи внутрішнього контролю має здійснюватися на засадах системності, що передбачає визначення виділення об'єктів, суб'єктів; інформаційних джерел, методичних прийомів здійснення, узагальнення, реалізації й моніторингу результатів контролю [4].

Об'єкт внутрішнього контролю – це сукупність економічно однорідних показників, контроль яких на різних рівнях управління здійснюється за допомогою єдиного інформаційного забезпечення та відповідних методичних прийомів. Об'єктами внутрішнього

контролю витрат діяльності підприємств є: дотримання чинного цивільного, господарського та податкового законодавства при здійсненні витрат; правильність документального оформлення формування витрат у межах бюджетних показників та відхилень від них; дотримання норм (нормативів) та бюджетних (прогнозних) показників при здійсненні витрат підприємства; раціональність вибору методу управління та обліку витрат і калькулювання собівартості продукції; правильність методики відображення витрат підприємства у системі управлінського обліку; достовірність відображення витрат у внутрішній управлінській (внутрішній) та фінансовій звітності підприємства [1].

Суб'єкти внутрішнього контролю – це працівники підприємства, які здійснюють контрольні дії при виконанні покладених на нього обов'язків або тільки на основі відповідних прав і обов'язків (працівники відділу внутрішнього контролю або контролінгу).

Джерела інформації (інформаційні джерела) внутрішнього контролю – це сукупність носіїв інформації, за допомогою і на основі яких здійснюється контроль. До складу інформаційних джерел управлінського контролю витрат діяльності підприємств належать [5]:

1) державні нормативно-правові акти та внутрішні регулюючі документи підприємства, що регламентують методику обліку витрат;

2) внутрішні регламентні документи підприємства, що регулюють організацію управлінського і внутрішнього контролю;

3) облікова політика підприємства, формалізована у положенні (наказі) про облікову політику підприємства;

4) первинні документи формування витрат відповідно до галузевої спрямованості підприємства, що юридично підтверджують факт здійснення господарських операцій та здійснюють їх облікову оцінку;

5) облікові реєстри відповідно до обраної підприємством форми обліку як метод облікового відображення витрат діяльності підприємства у системі балансових і позабалансових рахунків;

6) бюджети витрат діяльності підприємства за технологічними і дискреційними центрами витрат та за їх цільовим призначенням у системі управління підприємством як метод прогнозування основних показників операційної діяльності підприємства;

–внутрішня (управлінська) звітність про виконання бюджетів витрат, фінансова та інтегрована звітність як сукупність основних показників діяльності підприємства, узагальнених для задоволення інформаційних потреб внутрішніх і зовнішніх потреб користувачів для прийняття ефективних управлінських рішень;

–узагальнюючі документи результатів попереднього управлінського (внутрішнього) контролю як джерело індикативних показників можливих порушень та негативних відхилень від заданих параметрів, виявлених за результатами попередніх періодів.

В економічній літературі немає єдиної думки щодо класифікації методичних прийомів внутрішнього контролю пропонуємо використовувати такі методичні прийоми: органолептичні (контрольні заміри робіт, вибіркові та суцільні спостереження, технологічний і хіміко-лабораторний контроль, експертиза проектів і бюджетної документації, експеримент), розрахунково-аналітичні (економічний аналіз, статистичні розрахунки, економіко-математичні методи) та документальні (інформаційне моделювання, дослідження документів, нормативно-правове регулювання) [2].

До методів узагальнення та реалізації результатів внутрішнього контролю слід віднести: групування проміжних результатів у внутрішніх робочих документах (хронологічне, систематизоване, хронологічно систематизоване), аналітичне групування недоліків; узагальнене групування результатів контролю; розробка пропозицій щодо усунення недоліків; реалізація пропозицій за виявленими недоліками. Моніторинг результатів усунення виявлених недоліків за допомогою інструментарію внутрішнього контролю – це контроль за виконанням прийнятих рішень за різними рівнями управління підприємством.

Отже, ефективно організована система внутрішнього контролю та налагоджена

методика його здійснення дозволяють оперативно виявити відхилення від нормативно закріплених та бюджетних (прогнозних) показників витрат діяльності та вжити відповідних заходів щодо запобігання їм у наступних періодах діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. Головацька С. І. Організаційно-методична модель внутрішнього контролю витрат підприємства / С. І. Головацька, Н. С. Хаймьонова // *Економічні науки : зб. наук. праць Луцького національного технічного університету*. – 2015. – Вип. 12 (45). – Ч. 1. – С. 74-80. – (Серія “Облік і фінанси”).
2. Куцук П. О. Внутрішньогосподарський оперативний облік і контроль у системі управління діяльністю виробничих підприємств : монографія / П. О. Куцук, С. А. Кошкарів, В. І. Бачинський. – Чернівці : Золоті літавери, 2012. – 264 с.
3. Півнюк О. П. Формування інструментарію контролю підприємства / О. П. Півнюк // *Вісник Житомирського технічного університету*. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – № 3 (53). Ч. 3. – С. 78-80. – (Серія “Економічні науки”).
4. Сашко О. П. Внутрішній контроль витрат підприємства: організаційно-методичні аспекти / О. П. Сашко, С. І. Головацька // *Науковий журнал “Молодий вчений”* – Львів, 2016. – № 5. – С. 36-40.
5. Хаймьонова Н. С. Методичні аспекти внутрішнього контролю витрат підприємства: об’єкти та джерела інформації / Н. С. Хаймьонова // *Економіка. Управління. Інновації* // *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*. – 2015. – Вип. 1 (13). – (Серія “Економічні науки”) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua>.

**Головацька С. І.**

к.е.н., професор,

**Попович М. П.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **КОНТРОЛЬ ТА ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРІВ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Удосконалення системи управління витратами на засадах бюджетування дозволяє оптимізувати витрати виробничого процесу та забезпечити одержання запланованих прибутків, за умови розроблення та доведення прогнозних показників бюджетів до виконавців – керівників центрів відповідальності, розроблення процедур контролю за рівнем витрат кожного з них та підприємства загалом.

Погоджуємося з думкою П. О. Куцика, що для здійснення на підприємстві ефективного внутрішнього контролю необхідно: сформувати для кожного підрозділу набір параметрів, які підлягають перевірці; розробити рекомендації, правила, норми та стандарти для виконання цих параметрів; здійснювати оцінку якості інформації, що видана управлінською інформаційною системою організації контролю за виконанням бюджетів, аналізу відхилень та проводити управлінське консультування; перевіряти виконання планів; надавати рекомендації з усунення негативних тенденцій та оцінювання ефективності фінансово-господарської діяльності [3].

Питання, пов’язані з дослідженням ухвалення управлінських рішень, у науковій літературі розроблено недостатньо. Водночас важливість дослідження цих питань підкреслюють багато вчених, серед яких можна відзначити С. Ф. Голова [1], С. І. Головацьку [2], П. О. Куцика [3] та інших.

Для ухвалення управлінських рішень на підприємствах з виробництва пива необхідно використовувати різні способи отримання інформації з метою впливу на ефективність роботи центрів відповідальності. Процес управління витратами їх діяльності повинен складатися з трьох послідовних стадій: прогнозування показників (бюджетування); контроль досягнення прогнозних показників; оцінка досягнення прогнозних (бюджетних) показників.

Побудова ефективної системи бюджетування витрат центрів відповідальності на підприємствах з виробництва пива вимагає комплексного підходу. При цьому повинні

виконуватися такі функції управління, як планування, організація, облік, контроль, аналіз, мотивація та регулювання діяльності центрів відповідальності, що, своєю чергою, забезпечуватиме прийняття ефективних управлінських рішень. Центри відповідальності за цих умов є формою локалізації витрат. Організація та створення центрів відповідальності за витратами передбачає нормування, прогнозування, облік та аналіз витрат з метою здійснення контролю за показниками певного структурного підрозділу, а саме: виявлення, накопичення та аналіз відхилень від бюджетних показників у процесі господарської діяльності такого підрозділу.

Бюджетне управління, крім організації роботи щодо формування бюджетів, передбачає також організацію системи щодо збору, накопичення інформації з подальшою її обробкою, аналізом визначення відхилень, аналізом причин і ухвалення рішень на основі результатів аналізу. Управління за відхиленнями забезпечує контроль витрат шляхом порівняння фактичних і прогнозних (бюджетних) результатів, виявлення відхилень та їх усунення.

Найпростіший підхід до контролю виконання бюджету полягає у тому, що порівнюються заплановані показники з фактично отриманими даними. Якщо відхилення є істотними, то керівник приймає рішення про внесення змін до показників бюджету на майбутні планові періоди та прийняття заходів щодо їх виконання. Істотність відхилень обумовлюється характером цих відхилень та впливом на показники діяльності центру відповідальності.

Аналіз відхилень, орієнтованих на наступні управлінські рішення, вимагає більш детального факторного аналізу впливу встановлених відхилень на результативні показники, що, своєю чергою, передбачає встановлення всіх факторів, які впливають на результативний показник; формування висновків та рекомендацій щодо управлінських рішень, скерованих на виконання бюджетних показників.

У сучасних умовах функціонування вітчизняні підприємства відчувають потребу в розробленні методичних підходів до оцінки діяльності центрів відповідальності. Класично склалося, що при оцінці результатів їх діяльності керівництво орієнтується на фінансові показники діяльності підприємства загалом. Проте для ефективного контролю роботи центрів відповідальності система оцінки повинна містити важелі управління їх діяльністю.

Стосовно оцінювання результатів діяльності центрів відповідальності, на нашу думку, це процес, який передбачає порівняння фактичних показників діяльності з бюджетними (плановими).

Вибір показників оцінювання центрів відповідальності щодо витрат діяльності підприємств з виробництва пива залежить, насамперед, від типу центру витрат. Для центрів виробничих витрат характерний той факт, що результат їх діяльності може бути вимірний і можна визначити ресурси, потрібні для випуску певного обсягу продукції. Оцінка діяльності таких центрів ґрунтується на попередньому нормуванні й бюджетуванні їх витрат. При цьому контроль здійснюється шляхом порівняння бюджетних витрат із фактичними витратами центру. Різниця між фактичними і бюджетними витратами визначає відхилення, які підлягають детальному аналізу.

Для центрів номінальних витрат результат діяльності не може бути вимірний відповідним фінансовим показником і немає чіткої залежності між витраченими ресурсами та результатами діяльності. У такому випадку необхідно, щоб фактичні витрати по кожній статті витрат відповідали бюджетним та завдання центру витрат успішно виконувалися. Водночас варто зазначити, що в номінальних центрах досягнення фактичних показників витрат у розмірах, менших за бюджетні показники, не обов'язково є позитивним фактором, оскільки може свідчити про нижчий рівень виконання прогнозних завдань. Суттєвою проблемою у такому випадку є вимірювання ефективності витрачання ними фінансових, трудових і матеріальних ресурсів.

Таким чином, використання системи управління за відхиленнями дозволяє істотно скоротити обсяг інформації для керівника підприємства та підвищити якість прийняття

управлінських рішень.

Висновок про ефективну роботу певного центру відповідальності слід формувати з урахуванням досягнення прогностичних цілей. У жодному центрі витрат від керівників не вимагають, щоб вони дотримувалися лише бюджетних показників. Від керівників центрів витрат очікують продуманого підходу до витрачання ресурсів з метою виконання різних, раніше узгоджених завдань. Для цього необхідно застосовувати методи оцінки діяльності центрів відповідальності, за допомогою яких можна здійснювати контроль доцільності витрат, а також їх ефективності.

#### **Список використаних джерел**

1. Голов С. *Управлінський облік і контролінг: концепції та застосування* / С. Голов // Вісник КНТЕУ. – К., 2007. – 87 с.
2. Головацька С. І. *Організаційно-методичні моделі внутрішнього контролю витрат підприємств* / С. І. Головацька, Н. С. Хаймонова // *Економічні науки : збірник наукових праць; Луцький національний технічний університет.* – 2015. – Вип. 12 (45). – С. 75-81. – (Серія "Облік і фінанси").
3. Куцик П. О. *Обліково-аналітична концепція управління загальновиrobничими витратами підприємства : монографія / П. О. Куцик, О. М. Мазуренко.* – Львів : Вид-во "Растр-7", 2014. – 288 с.

**Герасименко Т. О.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ПОРТФЕЛЯ БІЗНЕСІВ**

В умовах невизначеності та зростання рівня ризиків зовнішнього середовища актуалізуються питання вибору збалансованого портфеля бізнесів, здатного забезпечити підприємству належний конкурентний статус у довгостроковій перспективі. Розширення базового портфеля бізнесів за рахунок інших видів діяльності – один із засобів зниження ризиків, а формування оптимальної його структури – необхідна умова ефективного управління конкурентними перевагами і своєчасного реагування на зміни, які відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищах підприємства. Водночас, питання організації стратегічного аналізу портфеля бізнесів є недостатньо висвітленими науковцями, не зважаючи на їх вагомість для практики господарювання.

Стратегічний аналіз портфеля бізнесів повинен забезпечити оцінювання окремих напрямів діяльності на основі логічного структурування й наглядного представлення стратегічних проблем підприємства і сформувавши інформаційне підґрунтя для вибору найбільш перспективних бізнесів для подальшого розвитку і, відповідно, для першочергового вкладання коштів. Він слугує основою для прийняття управлінських рішень щодо вибору і реалізації стратегії як окремих бізнес-одиниць, так і підприємства у цілому.

Для досягнення зазначеної мети стратегічний аналіз портфеля бізнесів повинен передбачати чітко визначену послідовність етапів його проведення. На наш погляд, можна виокремити чотири основні етапи. Першим етапом є формування мети проведення стратегічного аналізу портфеля бізнесів (збільшення прибутку підприємства чи частки на ринку; вихід на нові ринки збуту; зниження рівня витрат, тощо). Загалом мета виступає своєрідним стратегічним вектором. Відповідно, при її визначенні необхідно якомога об'єктивніше оцінити масштаби і сфери діяльності підприємства. Для цього доцільно у всіх напрямках діяльності виокремити стратегічні одиниці бізнесу – внутрішньофірмові підрозділи з певним ступенем автономії, які відповідають за розробку і реалізацію стратегії в одній або декількох зонах господарювання.

Наступним етапом аналізу портфеля бізнесів є оцінювання окремих стратегічних одиниць у контексті досягнення конкурентних переваг підприємством у цілому. Даний етап повинен передбачати оцінювання поточного портфеля бізнесів. Методичним інструментарієм проведення даного етапу є матричні моделі, розроблені відомими консалтинговими групами для власного використання у практиці бізнесу. Виникнення

значених моделей нерозривно пов'язане з появою у 50-х роках минулого століття міжнародних конгломератів, діяльність яких обумовила необхідність дослідження питань, пов'язаних із розробкою стратегій диверсифікації крупних компаній.

Основою для розвитку стратегічних матричних моделей стали графічна модель І. Ансоффа “продукт – ринок” (1957 р.) та концепція портфельного аналізу. Найбільш відомими і розповсюдженими аналітичними інструментами матричного типу стали розробки Бостонської консалтингової групи (портфельна матриця БКГ – “зростання – частка ринку”), матриця “McKinsey” – “General Electric” (“привабливість – конкурентоспроможність”); модель портфельного аналізу методом “Shell–DPM” (матриця “галузева привабливість – конкурентоспроможність”); матриця фірми Arthur D. Little (ADL/LC), в основі якої є концепція життєвого циклу галузі (господарської одиниці). Зазначені матриці впродовж більш, ніж півстолітньої історії використання у практиці зазнали певних трансформацій у контексті їх адаптації до сучасних умов господарювання.

При оцінюванні одиниць бізнесу належну увагу необхідно приділити вибору критеріїв. Вище згадані матриці передбачають використання таких критеріїв, як: темпи зростання; відносна конкурентна позиція, стадія життєвого циклу, частка ринку і т. п. З огляду на те, що побудова матриць обмежує кількість використання критеріїв, обрати для проведення аналізу необхідно ті з них, які найбільш повно дозволяють виявляти конкурентні переваги одиниць бізнесу у контексті їх синергетичної взаємодії та ключових компетенцій підприємства.

Позитивний синергетичний ефект виникає тоді, коли ефект від взаємодії одиниць бізнесу підприємства перевищує суму ефектів кожної одиниці окремо. Неврахування синергізму при оцінюванні одиниць бізнесу і, як наслідок, виключення однієї з них (мало прибуткової або ж мало значущої для підприємства) може призвести до зниження рентабельності інших одиниць бізнесу. Невипадково, що “синергізм” сучасні науковці справедливо називають ефектом “2+2=5”.

Водночас, ключові компетенції, як сукупність знань, досвіду та організаційної структури в поєднанні з ресурсами та технологіями, формують унікальність підприємства у певній галузі або сфері. Формування, утримання і розвиток ключових компетенцій, кожна з яких відображає конкурентну перевагу, – це один із основних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства. Відповідно, у цьому контексті в процесі аналізу необхідно оцінити наявні ключові компетенції підприємства і можливість їх використання в інших видах діяльності.

Наступний етап – формування збалансованого портфеля бізнесів, здатного забезпечити досягнення цілей підприємства. Даний етап ґрунтується на результатах аналізу попереднього етапу. Варто зазначити, що на даному етапі доцільно сформувати декілька варіантів прогнозного збалансованого портфеля бізнесів. Насамперед, необхідно визначитись із критерієм формування портфеля бізнесів: за ризиками; стадіями життєвого циклу; об'єктами інвестування тощо.

Не менш важливим є оцінювання ефективності прогнозного портфеля за системою попередньо обґрунтованих для використання показників (економічних, технологічних, соціальних, екологічних). При здійсненні такого оцінювання повинен бути встановлений зв'язок між ключовими компетенціями стратегічних одиниць бізнесу, показниками ефективності портфеля та цілями підприємства. Це, своєю чергою, дозволить оцінити стратегічну гнучкість портфеля, тобто здатність підприємства за певних обставин безболісно та ефективно диверсифікуватися в інші види діяльності.

Заключним етапом аналізу є вибір оптимального варіанту та розробка стратегій для окремих стратегічних одиниць бізнесу.

Таким чином, виокремлення окремих етапів проведення стратегічного аналізу портфеля бізнесів сприятиме раціональній організації аналітичних робіт. Це, своєю чергою, забезпечуватиме адекватність вибору методичного інструментарію та одержання інформації, необхідної для формування збалансованого портфеля бізнесів як одного з дієвих механізмів забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

## ЦИФРОВА ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ У СТАНДАРТІ XBRL: ВПРОВАДЖЕННЯ В УКРАЇНІ

Більшість провідних економістів-аналітиків, які стежать за новинами із світових фондових ринків, знають, що анонсування компаніями доходів чи збитків призводить до відповідної реакції у торговців цінними паперами, які починають скуповувати чи продавати акції цих компаній. Проте основну частину в цій діяльності займає офіційний фінансовий звіт, на основі якого проводиться відповідне економічне обґрунтування, що подається в органи фінансового контролю (до прикладу у США таким є Комісія з цінних паперів та бірж – Securities and Exchange Commission або SEC). Офіційні фінансові звіти містять досить цінну інформацію про фінансово-господарську діяльність компанії та подаються у провідних країнах світу в сучасному стандартизованому форматі з метою співставлення та обміну цією інформацією. Цей формат отримав назву розширеної мови звітності – Extensible Business Reporting Language (XBRL).

XBRL стандарт це загальновизнаний у світі відкритий формат для подання фінансової звітності у відповідності до МСФЗ, GAAP США та Великої Британії в електронному вигляді. XBRL – є гнучкою технологією, розробленою для ефективного обміну фінансовою інформацією між різними зацікавленими користувачами із можливістю застосування в будь-якій країні світу незалежно від мови подання. XBRL – скорочення з англійської мови “eXtensible Business Reporting Language”, що у дослівному перекладі означає “розширювана мова ділової звітності”. Кінцевим продуктом стандарту XBRL є так званий “instance document”, тобто фінансова звітність зроблена у форматі XBRL.

Подання звітності у форматі XBRL вже довело свою ефективність, про що свідчить більш ніж десятирічний досвід його застосування в США та ЄС. Отримавши статус обов'язкового до застосування в якості національного стандарту в 27 країнах, формат звітності XBRL впроваджується для формування різних форм звітності на транснаціональному рівні. У відповідності до директиви ЄС від 12.06.2013 № 13/544 (Revised Directive on transparency requirements for listed companies (Transparency Directive)) до 2020 року Європейська комісія з цінних паперів та фінансових ринків (The European Securities and Markets Authority, ESMA) планує впровадити вимоги до подання річних фінансових звітів компаніями, акції яких котуються на фондових біржах у форматі XBRL.

При цьому у відповідності до вимог зазначеного законодавчого акту розробка технічних стандартів і регламентів здійснюється спільно банками, фінансовими інститутами, страховими компаніями при співпраці з регулюючими органами – Європейською службою банківського нагляду (European Banking Authority, EBA) і Європейською службою по нагляду в сфері страхування та недержавного пенсійного забезпечення (European Insurance and Occupational Pensions Authority, EIOPA), які вже використовують стандарт XBRL як формат регуляторної звітності [2].

В Україні, новий формат фінансової звітності, вперше було представлено у 2006 році Куртом Раміном, керівником групи XBRL Фондації Комітету з міжнародних стандартів бухгалтерського обліку (IASCF) на семінарі “Ефективне звітування у фінансовому секторі через застосування XBRL”, який проводився за підтримки Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку України у рамках співпраці з Агентство США з міжнародного розвитку (United States Agency for International Development, USAID) за Проектом розвитку ринків капіталу. Тому, з 2006 року в Україні триває робота над можливістю запровадження та використання XBRL формату українськими компаніями.

У відповідності до Меморандуму про взаєморозуміння щодо розробки і впровадження Системи фінансової звітності [1], який був підписаний у 2017 році Міністерством фінансів

України, Національним банком України, Національною комісією цінних паперів та фондового ринку України та Національною комісією фінансових послуг надання звітності у форматі XBRL буде впроваджено з 2019 року для підприємств, що становлять суспільний інтерес, а саме: емітенти, цінні папери яких допущені до біржових торгів; банки; страхові компанії; недержавні пенсійні фонди; інші фінансові установи і підприємства, які належать до великих підприємств.

Завпровадження в Україні стандарту XBRL відбувається за участі міжнародних партнерів України у рамках Проекту технічної допомоги ЄС “Технічна допомога за пріоритетними напрямками фінансового сектору” (EU-FINSTAR) і Проекту USAID “Трансформація фінансового сектору”. Стандарт XBRL повинен стати основою для роботи Системи фінансової звітності та планується подання фінансової звітності за допомогою єдиного вікна, що працює у Національній комісії цінних паперів та фондового ринку України у 2019 році.

Тому, для підприємств, що становлять суспільний інтерес уже необхідно розпочати проведення підготовчих робіт для впровадження подання фінансової звітності у електронному форматі на основі Міжнародних стандартів фінансової звітності із використанням таксономії МСФЗ (IFRS Taxonomy), яка затверджена Міністерством фінансів України (UA XBRL МСФЗ).

#### **Список використаних джерел**

1. Про взаєморозуміння щодо розробки і впровадження Системи фінансової звітності: Меморандум від 18 грудня 2017 року № 102/15. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=60836682>.
2. Revised Directive on transparency requirements for listed companies (Transparency Directive): Директива ЄС від 12.06.2013 № 13/544. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-13-544\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-544_en.htm).

**Калайтан Т. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЦЕНТРІВ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ КОНТРОЛІНГУ ЛОКАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ**

Однією із основних причин комерційного неуспіху нововведень є відсутність ефективної системи управління витратами в інноваційній діяльності. Тому процес контролінгу інновацій набуває особливої важливості. Контролінг інновацій дозволяє досягти максимальної ефективності інноваційної діяльності за мінімальних ризиків. За визначенням проф. Данілової Н. Г. “контролінг – це система управління процесом досягнення кінцевих цілей та результатів діяльності компанії” [2]. Основна функція контролінгу інноваційних процесів полягає у забезпеченні методичної та інформаційної підтримки прийняття рішень в сфері інноваційної діяльності для різного рівня менеджменту на основі аналізу та прогнозування техніко-економічних показників.

Аналіз реалізованих в промисловості інноваційних процесів показує, що інновації можуть бути умовно поділені на такі основні типи: 1) локальні інновації (наприклад, у вигляді раціоналізаторських пропозицій щодо незначного покращення окремих споживчих властивостей продукції, певному зниженню собівартості виробництва, удосконаленню виробничих, технологічних та управлінських процесів підприємства); 2) винаходи, які дозволяють суттєво модифікувати окремі технічні підсистеми продукції, а також виробничі та управлінські технології; 3) стратегічні інновації, які дозволяють перейти до виробництва нових класів зразків продукції і/або до використання нових виробничих та управлінських технологій; 4) проривні інновації, які дозволяють забезпечити довготривалу конкурентну перевагу продукції на основі використання принципово нових технічних рішень і технологій.

Очевидно, що самостійно реалізувати інноваційні проекти, які спрямовані на комерціалізацію стратегічних або проривних інновацій, можуть лише великі науково-технічні холдинги. Для підприємств, які не увійшли до складу таких холдингів, реалізувати власними силами можливо лише локальні інновації, а також деякі види інновацій другого типу.

Система контролінгу локальних інновацій повинна реалізовуватись шляхом створення центрів відповідальності за локальні інновації, а також центру відповідальності за результати всього інноваційного процесу на підприємстві загалом (центру глобального інноваційного процесу). Центри відповідальності, які відповідальні за локальні інновації, в процесі моніторингу та управління інноваційними проектами повинні виявляти відхилення параметрів реалізованих проєктів від цільових значень, визначати внесок кожного з них в розвиток відповідної складової “поточку інновацій” та результативну ефективність діяльності підприємства.

Процедура оцінки ефективності функціонування центрів відповідальності за локальні інновації включає такі етапи:

1. Постановка цілей в сфері локальних інновацій конкретної складової “поточку інновацій” з врахуванням впливу на результативну ефективність інноваційної діяльності промислового підприємства.

2. Формування набору показників оцінки ефективності функціонування центрів відповідальності за локальні інновації, які враховують, з одного боку, внесок відповідного центру відповідальності в загальні результати інноваційної діяльності на підприємстві, з другого боку, можливість отримання локальних ефектів щодо зниження витрат або удосконалення характеристик продукту. В якості показників для планування та контролю результатів інноваційного процесу, що використовуються центрами локальних інновацій, можна використовувати такі показники як кількість раціоналізаторських пропозицій, реалізованих на підприємстві в перерахунку на одного співробітника; кількість генерованих інноваційних ідей співробітниками підприємства; співвідношення числа патентів і ліцензій на розробки та кількості генерованих співробітниками підприємства інноваційних ідей; кількість раціоналізаторських пропозицій, які відповідають стратегічним орієнтирам підприємства; кількість раціоналізаторських пропозицій, реалізованих на підприємстві; кількість поданих раціоналізаторських пропозицій та їх частка в загальній кількості раціоналізаторських пропозицій по підприємству; кількість раціоналізаторських пропозицій, розроблених в одному підрозділі (ланці управління), але реалізованих в інших підрозділах (ланках управління); співвідношення ефекту від комерціалізації інновації та витрат на розробку і впровадження інновації.

Система показників для планування та контролю результатів діяльності центру глобальних інновацій може включати такі показники як кількість інноваційних ідей, що надходять із зовнішнього середовища і реалізованих на підприємстві; кількість інноваційних проєктів, розроблених та реалізованих спільно з іншими підприємствами або науковими організаціями; приріст обсягу випуску інноваційної продукції; приріст рентабельності продукції підприємства; кількість придбаних зовнішніх патентів або ліцензій та ін.

3. Моніторинг та контроль діяльності центрів відповідальності за локальні інновації, фіксація виявлених відхилень.

4. Аналіз відхилень фактичних результатів діяльності центрів відповідальності за локальні інновації від планових.

5. Розробка заходів щодо коригування діяльності центрів відповідальності за локальні інновації.

Виконання зазначених етапів дозволить дати об'єктивну оцінку ефективності функціонування центрів відповідальності в системі контролінгу локальних інновацій.

#### **Список використаних джерел**

1. Про інноваційну діяльність : закон України: від 4.07.2002 № 40-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>.

2. Данилюк, Н. Г. Контролінг : учебное пособие [Текст] / Н. Г. Данилюк, Н. В. Чернер ; 2-е изд., доп. – М. : Доброе слово, 2007. – 294 с.

## ПОПРОЦЕСНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

Важливим джерелом інформації про внутрішнє середовище підприємства є система управлінського обліку, аналізу та контролю, основною функцією якої є отримання достовірної інформації про склад та структуру собівартості виготовленої продукції, вартість обслуговування клієнтів, собівартість виконаних замовлень тощо. В основу функціонування системи управління покладено методику бюджетування витрат, яка передбачає розроблення планових (нормативних) показників та здійснення контролю за їх виконанням.

У науковій літературі по-різному трактують термін “бюджетування”. Одні вчені ототожнюють його з процесом планування господарських операцій та відображенням їх у вигляді бюджетів [1], інші – розглядають як планування показників діяльності та здійснення контролю за їх виконанням [2]. Ми вважаємо, що бюджетування – це сукупність дій, спрямована на складання стратегічного плану діяльності підприємства (загалом та за його структурними підрозділами, окремими групами активів тощо) на основі аналізу відхилення фактичних показників від нормативних. Це дає можливість створювати необхідну інформаційну базу для прийняття ефективних управлінських рішень. Тобто бюджетування, з одного боку, є елементом планування господарської діяльності, а з іншого – інструментом корпоративного управління підприємством.

Важливою складовою бюджетування є розроблення операційних планів, які прямо чи опосередковано впливають на основні показники діяльності підприємства та його структурних підрозділів на кожному етапі фінансово-господарських операцій. У процесі бюджетування розробляють різні види бюджетів залежно від цільового призначення, об'єкта бюджетування, змісту показників, методів та строків розроблення, способу складання та напрямів побудови.

Специфіка господарської діяльності підприємства передбачає індивідуальний підхід до розроблення бюджетів. З метою побудови логічно-послідовного процесу бюджетування виділимо такі види бюджетів: бюджет реалізації продукції, вартісні бюджети витрат, бюджети адміністративних (управлінських) витрат і витрат на збут. Доцільно також у загальній системі бюджетів підприємства розробити інвестиційний бюджет і бюджет руху дебіторської та кредиторської заборгованості. Слід зазначити, що при процесно-орієнтованому управлінні розробляється бюджет кожного процесу, що передбачає кількісну й вартісну оцінку ресурсів, спожитих у конкретному виробничому процесі (наприклад, видобутку руди). Використані ресурси розглядають як статті виробничих витрат. Далі передбачається розрахунок сумарного витрачання ресурсів конкретного процесу за певний період.

Оскільки система бюджетування передбачає розроблення стратегічних та операційних планів, пропонуємо застосовувати найбільш дієву методику планування на основі норм і нормативів. На наш погляд, основним завданням нормування витрат є визначення величини використання ресурсів (матеріальних, трудових і фінансових), потрібних для забезпечення виробничого процесу. Система норм і нормативів виробничих витрат, яка відображається у вигляді довідників, має повністю відповідати номенклатурі калькуляційних статей за виробничими процесами. Така відповідність дасть можливість здійснювати оперативний контроль, аналізувати відхилення та приймати ефективні управлінські рішення щодо усунення виявлених недоліків.

На етапі бюджетування та розрахунку нормативної собівартості продукції запропоновано використовувати основні засади системи “кайзен-костинг”. Підсистема калькулювання собівартості продукції за процесами передбачає коригування вартісних бюджетів здійснювати шляхом використання головних ідей системи “кайзен-костинг”. Механізм зниження собівартості продукції (робіт, послуг), згідно з кайзен-завданням, застосовується за кожним технологічним процесом на стадіях як проектування виробничого

завдання (планування), так і безпосередньо виробництва. Процес калькулювання собівартості продукції пропонуємо здійснювати у два етапи:

- визначення цільової собівартості продукції (робіт, послуг) та кайзен-завдання (коефіцієнт зниження собівартості);
- визначення цільових значень собівартості за окремими статтями калькуляції, послідовним коригуванням витрат базового рівня до цільових значень. Базовою величиною скорочення витрат може бути фактична собівартість продукції за минулий період або нормативна (планова) собівартість.

Отже, запропонована методика калькулювання собівартості продукції передбачає застосування вартісних бюджетів за виробничими процесами, що дає можливість здійснювати управління собівартістю як на стадії прогнозування витрат, так і під час визначення фактичної собівартості, що сприятиме підвищенню ефективності використання виробничих ресурсів та виявленню резервів скорочення витрат.

#### **Список використаних джерел**

1. Свтушевська О. О. Теоретичні аспекти впровадження методу бюджетування витрат на виробництво / О. О. Свтушевська // *Економіка харчової промисловості*. – № 2. – 2016. – С. 64-68. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://oaji.net/articles/2017/3396-1495366036.pdf>.

2. Озеран В. О. Методичні підходи до бюджетування витрат на інновації / В. О. Озеран, В. В. Гук : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dmee.ru/docs/100/index-32136.html>.

**Марценюк Р. А.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА: ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Розвиток національної економіки передбачає необхідність системного вдосконалення системи обліку, де важливою складовою є облікова політика, яка покликана забезпечувати формування оперативного та достовірного облікового інформаційного забезпечення для прийняття управлінських рішень.

За результатами проведеного дослідження можна стверджувати, що питанням облікової політики приділяється недостатньо уваги як зі сторони відповідальних працівників так і від керівників та власників суб'єкта господарювання. У більшості випадків на підприємстві спостерігається формальних підхід до формування положення про облікову політику, яке не охоплює всі складові елементи системи обліку. На таку ситуацію впливають як відсутність достатнього практичного досвіду управління в ринкових умовах, так і недостатність законодавчого регулювання даного питання.

Незважаючи на значну кількість авторів, що вивчали питання облікової політики, єдиної думки щодо вивчення його економічної сутті, визначення поняття та значення облікової політики для підприємства так і немає. Відтак, тлумачення певними вченими облікової політики як сукупності облікових рішень, спрямованих на визначення підсумків і результатів діяльності підприємства та складання бухгалтерської звітності підприємства, також вважаємо неповним. Оскільки, обрані суб'єктом підприємництва процедури, способи і методи в межах облікової політики використовуються не лише на стадії підсумкового обліку та складання звітності, а, насамперед, протягом усього періоду, тобто на стадії поточного бухгалтерського відображення.

На наш погляд, облікова політика – принципи і методи ведення обліку на підприємстві, з врахуванням умов господарювання, первинного спостереження, вартісного

вимірювання, поточного групування й узагальнення фактів господарського життя підприємства, з метою забезпечення достовірною інформацією управлінський персонал.

Вдало сформована облікова політика з врахуванням особливостей діяльності та чинного законодавства позитивно впливає на діяльність підприємства, забезпечує ефективну роботу бухгалтерії та багато в чому залежить ефективність управління діяльністю підприємства, стратегія його розвитку на певний проміжок часу.

Результати дослідження засвідчують, що на вибір і обґрунтування облікової політики підприємства впливають такі основні чинники, як: організаційна структура з виділеними центрами відповідальності, одиниця бухгалтерського обліку; формування первісної вартості товару (калькулювання собівартості готової продукції та послуг); вибір методів оцінки виходу запасів; робочий план рахунків; обсяги діяльності, чисельність працівників; система оподаткування; самостійність рішень щодо питань ціноутворення; система матеріального стимулювання і ефективності роботи персоналу.

З практики діяльності підприємств до недоліків облікової політики можна віднести наступне: питання щодо організації обліку окремих центрів відповідальності (центрів витрат) наведені у не повному обсязі або зовсім не висвітлено; відсутність облікової політики щодо методики управлінського обліку; відсутність робочого плану рахунків управлінського обліку й графіку документообігу.

На наше переконання, усунення вище перерахованих недоліків з питань організації облікової політики сприятиме обґрунтованості статей обліку й прийняттю правильних рішень користувачами бухгалтерської звітності.

Таким чином, в умовах сьогодення облікова політика на підприємстві регламентує теоретичну спрямованість і зміст лише процедурних рутинних питань з організації обліку, які в процесі господарювання не застосовуються в повному обсязі. Тому, подальший розвиток ринкових умов господарювання й глобалізація економіки обумовлюють необхідність формувати та удосконалювати облікову політику, з метою запровадження системного підходу для успішного управління бізнес-процесами підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Кулик В. *Облікова політика підприємства: набутий досвід та перспективи розвитку* : монографія / В. Кулик. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2014. – С. 373.
2. Сторожук Т. М. *Облікова політика підприємства: сутність та призначення* / Т. М. Сторожук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Nvmdpsu/2009\\_3/2009\\_3\\_Storozuk\\_uk.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvmdpsu/2009_3/2009_3_Storozuk_uk.pdf).
3. Щирба М. Т. *Облікова політика як інструмент організації управлінського обліку на підприємстві* / М. Т. Щирба, І. М. Щирба, М. М. Щирба // *Економіка і суспільство*. – Вісник Мукачівського державного університету. – Вип. 8. – 2017. – С. 830-837.

**Полянська О. А.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СУЧАСНІ УПРАВЛІНСЬКІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Сьогодні керівнику підприємства доводиться приймати рішення в умовах невизначеності і ризику, що змушує його постійно тримати під контролем різні аспекти фінансово-господарської діяльності. Ця діяльність відображена у великій кількості документів, що містять різномірну інформацію. Грамотно оброблена і систематизована, вона є деякою мірою гарантією ефективного управління підприємством. Відсутність достовірних даних може призвести до неправильного управлінського рішення і, як наслідок, до серйозних збитків. Система управління не може функціонувати без достовірної, оперативної, релевантної інформації та її аналітичного

опрацювання. Система обліково-аналітичного забезпечення менеджменту відіграє важливу роль в функціонуванні системи управління підприємством, забезпечуючи взаємодію різних структурних підрозділів та реагуючи на зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

Інформаційна система – це сукупність різноманітних взаємопов'язаних або взаємозалежних усесічних відомостей про стан об'єкта управління та процеси, що відбуваються на ньому і які виражені в показниках і інших інформаційних сукупностях, зібраних та оброблених за допомогою технічних (інформаційних і обчислювальних) засобів за визначеною методикою та в заданих алгоритмах, і які відповідають вимогам керівної системи при її впливі на керувану. Своєю чергою, систему, що реалізує функції управління, називають системою управління. Управлінська система реалізує функції управління. Отже, управлінська інформаційна система – це така система, яка повинна забезпечувати ефективне функціонування відповідних керованих об'єктів, за допомогою нових, сучасних та репрезентативних даних, які сприятимуть якісному вирішенню управлінських рішень. Важливими функціями, що реалізуються цією системою, являються прогнозування, планування, облік, аналіз, контроль і регулювання. Управлінські інформаційні системи сприяють інформаційному забезпеченню системи управління з метою оптимального використання наявних ресурсів і можливостей, об'єктивного оцінювання сильних і слабких сторін підприємства, а також уникнення кризових ситуацій.

Сьогодні існує велика кількість управлінських інформаційних систем таких, як: бенчмаркінг, канбан, “саме вчасно” (just-in-time system), шість сигм та інші.

Бенчмаркінг – це система, яка здійснює постійне вивчення кращого в практиці конкурентів, порівняння компанії з створеної еталонної моделі власного бізнесу. Бенчмаркінг дозволяє виявляти і використовувати у своєму бізнесі те, що інші роблять краще. Практика показує, що погляд на своє підприємство крізь призму досвіду кращих світових компаній або лідерів галузі дає можливість знайти нові орієнтири для підвищення ефективності управління і вирішити прикладні питання.

Результати бенчмаркінгу для компанії:

- поліпшення власного бізнесу.
- усвідомлення порівняльного становища компанії.
- придбання стратегічної переваги
- збільшення рівня організаційного знання про компанію.

Практика свідчить: процес поліпшень – безмежний. Бенчмаркінг – це вічний двигун безперервного процесу постійного поліпшення діяльності компанії. Бенчмаркінг – це кінець початку, а не початок кінця.

Особливо широко бенчмаркінг застосовують такі компанії: “Xerox” “Motorola” “Toyota” “Kodak” “Johnson&Johnson”.

Система “саме вчасно” (just-in-time system) – комплексна управлінська інформаційна система, яка полягає у забезпеченні виробництва або закупівлі потрібних товарів, матеріалів чи компонентів відповідної якості та кількості точно у необхідний момент. Ідея концепції (JIT) – синхронізація процесів доставки матеріальних ресурсів і готової продукції в необхідних обсягах точно до того моменту, коли ланки логістичного ланцюга будуть їх потребувати для виконання замовлення, заданого підрозділом-споживачем. Якщо задано графік виробництва, то можна організувати рух матеріальних потоків так, що всі матеріали, компоненти та напівфабрикати надходять у необхідній кількості, в потрібне місце і точно визначений термін для виробництва, збирання та реалізації готової продукції, при цьому страхових запасів, “замороження” грошових коштів не виникає.

Система KANBAN – це управлінська інформаційна система, яка дозволяє організувати безперервне виробництво, яке практично не потребує жодних запасів. Сутність цієї системи полягає в тому, що всі виробничі підрозділи компанії, включаючи лінії кінцевого складання, забезпечуються матеріальними ресурсами тільки в тій кількості й у такі строки, які необхідні для виконання заданого підрозділом-споживачем замовлення. Таким чином, на відміну від традиційного підходу до виробництва, структурний підрозділ-виробник не має загального жорсткого графіка виробництва, а оптимізує свою роботу в межах замовлення наступного у

виробничо-технологічному циклі підрозділу фірми, що здійснює операції на наступній стадії виробничо-технологічного циклу. Особливостями такого планування є те, що вся диспетчеризація процесу побудована на горизонтальних зв'язках вздовж всього технологічного ланцюжку, а не на піраміді, характерній для традиційних рішень.

Отже, система KANBAN забезпечить:

- раціональну організацію і збалансованість виробництва;
- тотальний контроль якості на всіх стадіях виробничого процесу і якості вихідних матеріальних ресурсів у постачальників;
- партнерство тільки з надійними постачальниками і перевізниками;
- підвищення професійної відповідальності всього персоналу.

“Шість сигм” – це управлінська інформаційна система, яка ґрунтується на підході до удосконалення бізнесу, який спрямований на те, щоб знайти і виключити причини помилок чи дефектів у бізнес-процесах шляхом зосередження на тих вихідних параметрах, які виявляються критично важливими для споживача. Вона націлена на три основні завдання: підвищити задоволеність клієнтів; скоротити час циклу (виробничого, операційного); зменшити кількість дефектів.

В Україні сучасні управлінські інформаційні системи знаходяться лише на стадії вивчення й освоєння. Така ситуація пов'язана з такими проблемними аспектами:

1. Високі первинні інвестиції і витрати на реалізацію управлінської системи (купівля якісного дорогого сучасного устаткування, витрати на підготовку фахівців і на високу заробітну плату, підвищення витрат на виробництво внаслідок невеликих партій випуску).
2. Закритість даних інших компаній.
3. Залежність від високої якості матеріалів та надійності постачальників, можливості поставок в окреслені терміни.

4. Необхідність працювати в стабільному виробництві, хоча попит часто коливається.

Таким чином, інформаційна система відображає концептуальну і фізичну архітектуру організації та супроводжує її багатofункціональну діяльність, яка тісно пов'язується, як з системами збереження та видачі інформації, так і з системами, що забезпечують обмін інформацією в процесі управління. Сучасна ринкова економіка встановлює нові підходи до побудови інформаційних систем, що обслуговують систему менеджменту підприємства. В ідеальному випадку моделі процесу управління та інформаційних систем на підприємстві повинні збігатися, але поки що на практиці досить важко втілити подібний підхід. Подальші дослідження будуть концентруватися на розробці підходів до формування дієвого механізму впровадження інформаційних систем в процес управління сучасними підприємствами.

#### **Список використаних джерел**

1. Куцик П. О. Концептуальні підходи до розгляду інформаційних систем обліку в корпоративному управлінні / П. О. Куцик // *Облік і фінанси*. – 2013. – № 4. – С. 52-59.
2. Коваленко О. О. Сучасні інформаційні системи – інвестиції в розвитку підприємства / Коваленко О. О. // *Інвестиційна практика та досвід*. – 2009. – № 2. – С. 10-13.

**Попігін Т. В.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ЛІМІТ КАСИ: НОВІ ПРАВИЛА РОЗРАХУНКУ ТА ВСТАНОВЛЕННЯ**

У зв'язку з оновленням українського законодавства в 2018 році Національний банк України змінив свої нормативно-правові акти з питань ведення касових операцій, затвердивши оновлене Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні.

Позитивними змінами стала лібералізація низки вимог щодо ведення касових операцій, зокрема:

– визначення внутрішніми наказами (розпорядженнями тощо) особливостей оприбуткування готівки в касах підприємств та відокремлених підрозділів залежно від графіку роботи;

– вибір способів здавання готівки;

– визначення внутрішніми наказами (розпорядженнями тощо) особливостей встановлення лімітів каси різними підприємствами.

Для кожного суб'єкта підприємницької діяльності правильне визначення ліміту залишку готівки в касі є важливою необхідністю, адже невірний розрахунок призводить до запровадження штрафних санкцій як до підприємства загалом, так і до відповідальних осіб.

З набранням чинності Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затверджене постановою НБУ від 29.12.2017 р. № 148 розрахунок ліміту каси потрібно виконувати за правилами, установленими цим Положенням.

Умовно процедуру визначення ліміту каси можна поділити на декілька етапів (рис. 1).

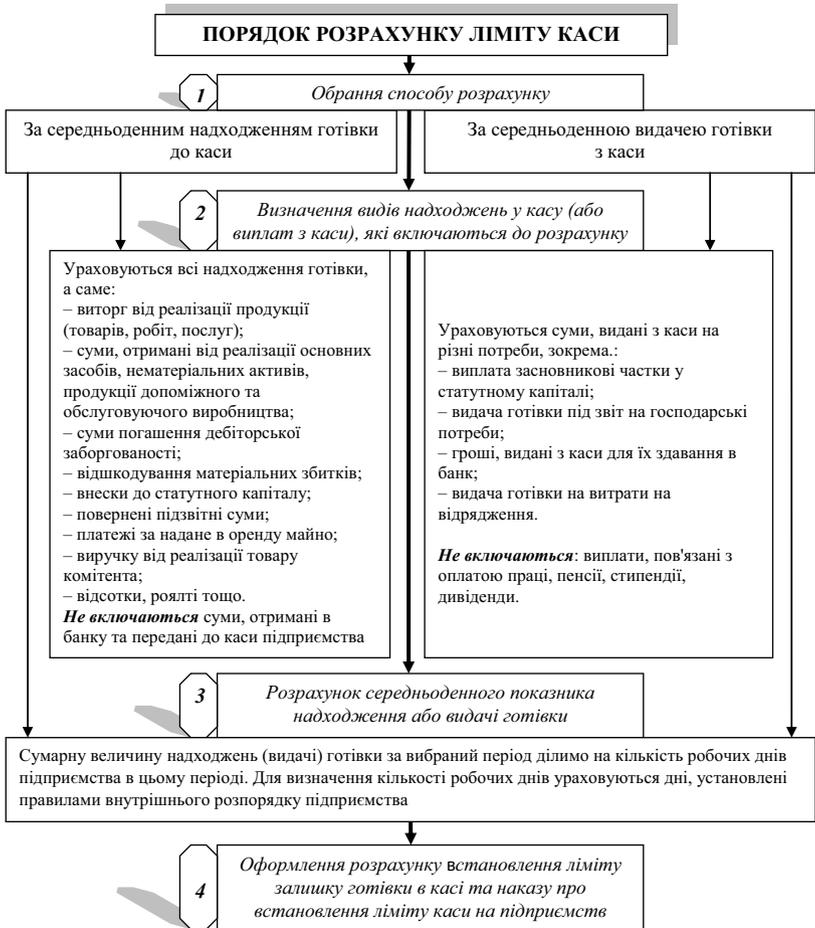


Рис. 1. Порядок розрахунку ліміту каси (сформовано автором на підставі [1])

На перших етапах має бути визначений порядок розрахунку ліміту каси. Підприємство має розробити і затвердити внутрішній документ (наказ) про порядок розрахунку ліміту каси підприємства і своїх відокремлених підрозділів на підставі розрахунку середньоденного надходження готівки до каси або її середньоденної видачі з каси. Рішення про показник (середньоденне надходження готівки або її видача), на підставі якого буде розраховуватися ліміт каси, приймає керівник підприємства. Положення № 148 не містить жодних застережень щодо сум надходжень (видачі) готівки, які приймають до уваги під час розрахунку ліміту каси.

Період для визначення середньоденного надходження готівки до каси (її середньоденної видачі з каси) також визначається на розсуд підприємства. Положення № 148 вже не регламентує застосування показників саме трьох місяців, як це було раніше. А тому підприємство може обрати й інший термін, зазначивши це у своєму Положенні про порядок розрахунку залишку готівки в касі.

Порядок розрахунку ліміту каси затверджується наказом.

На наступних етапах відбувається встановлення ліміту каси. Ліміт каси визначається відповідно до затвердженого порядку і підстав розрахунку.

Середньоденний показник обчислюється шляхом поділу суми надходження/видачі за розрахунковий період на кількість робочих днів протягом такого періоду. Розрахунок установа ліміту залишку готівки в касі може здійснюватися за формою, наведеною в додатку 8 до “старого” Положення № 637, або розробленою самостійно, оскільки альтернативного документа на сьогодні немає. Визначений ліміт каси також має бути затверджений внутрішнім документом (наказом, розпорядженням).

Чинне Положення, до речі, вже не передбачає встановлення ліміту каси на рівні 170 грн. у випадку, якщо середньоденний показник касових оборотів дорівнює нулю або не перевищує 10 НМДГ (170 грн).

За наявності відповідних обставин (зміни в надходженнях/видачках готівки, внутрішнього трудового розпорядку/графіків змінності тощо) або при змінах у законодавстві підприємства можуть переглядати затверджений ліміт каси.

#### **Список використаних джерел**

1. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні : Постанова Правління Національного банку України від 29.12.2017 р. № 148 : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17>.

**Кузьма Х. В.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСНОВНІ ПЕРЕДУМОВИ РАЦІОНАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ КОМІСІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА**

В сучасних економічних умовах бухгалтерський облік на підприємстві, яке здійснює комісійні операції у багатьох випадках дає недостовірну інформацію про стан майна за відповідний період, що призводить до викривлення інформації як для зовнішніх користувачів, так і для управлінського персоналу. Тому для покращення рівня інформаційного забезпечення потрібна раціональна організація бухгалтерського обліку і введення її в практику, яка враховувала б вчасно зміни чинного законодавства, вдосконалення первинної облікової документації та реєстрів аналітичного обліку, де дана інформація чітко відображалася б.

У своїх працях питання організації обліку досліджували вчені Л. М. Васильєва [1], Н. І. Дорош [2], П. О. Куцик [3], В. Р. Мостипака, В. І. Бачинський, Й. В. Канак та ін.

Однак, питання щодо організації обліку комісійних операцій підприємства висвітлені на недостатньому рівні та потребують подальших досліджень.

Л. М. Васильєва та В. Р. Мостипака вважають, що організація бухгалтерського обліку – це система, яка представляє собою комплекс заходів, спрямованих на раціональне поєднання елементів методу бухгалтерського обліку з метою отримання документально обґрунтованої інформації, необхідної і достатньої для прийняття керівництвом підприємства й зовнішніми користувачами управлінських рішень, як тактичного, так й стратегічного характеру [1]. Н. І. Дорош стверджує, що під організацією бухгалтерського обліку слід розуміти цілеспрямовану діяльність власників і керівництва підприємства зі створення, постійного впорядкування та розвитку й вдосконалення системи бухгалтерського обліку з метою забезпечення інформацією внутрішніх та зовнішніх користувачів [2].

На наш погляд, під організацією обліку комісійних операцій підприємства слід розуміти сукупність заходів зі встановлення методів і порядку збору, обробки, накопичення вихідної інформації про комісійні операції та здійснення контролю за ними з метою прийняття ефективних управлінських рішень. З цією метою, ми пропонуємо виділити основні завдання раціональної організації обліку комісійних операцій на підприємстві (рис. 1).

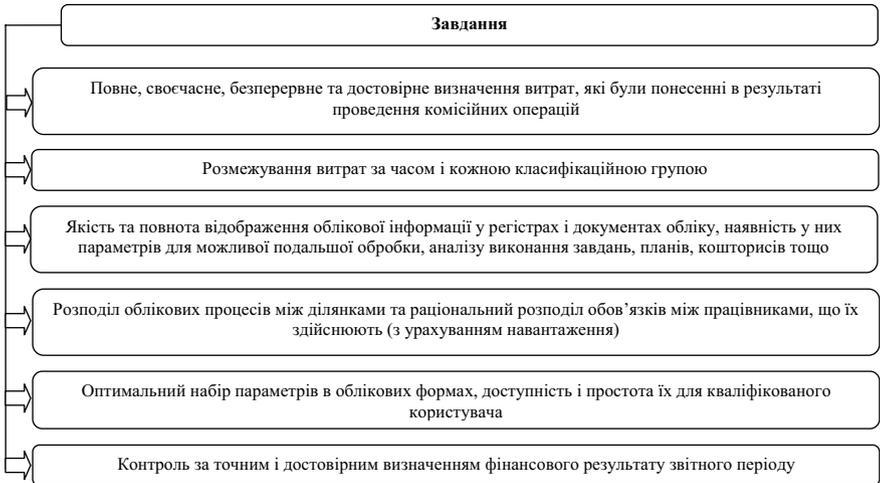


Рис. 1. Основні завдання раціональної організації обліку комісійних операцій підприємства

Отже, за результатами проведеного дослідження ми дійшли висновку, що організація обліку комісійних операцій підприємства – це важлива передумова прийняття ефективних управлінських рішень щодо діяльності суб'єктів господарювання.

#### Список використаних джерел

1. Васильєва Л. М. Теоретичні аспекти організації бухгалтерського обліку на підприємстві / Л. М. Васильєва, В. Р. Мостипака // Молодий вчений. – 2016. – № 12.1(40). – С. 658-661. – (Серія: Економічні науки).
2. Дорош Н. І. Теоретичні аспекти організації бухгалтерського обліку / Н. І. Дорош // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2014. – № 2(10). – С. 93-97.
3. Куцук П. О. Організація обліку витрат на дослідження та розробки: практичний підхід / П. О. Куцук, Т. Я. Сенчук // Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. – Львів : Львівська комерційна академія, 2014. – Вип. 16. – 228 с. – С. 84-91.

**Черкасова С. В.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НЕБАНКІВСЬКИХ КРЕДИТНИХ ІНСТИТУТІВ В УКРАЇНІ

Важливим чинником успішного розвитку національної економіки є ефективне функціонування кредитних установ в особі банків і небанківських кредитних установ, які використовують кредитний спосіб для забезпечення фінансування суб'єктів економіки та споживчих потреб населення. В умовах системної кризи у вітчизняній банківській системі зростає роль та значення діяльності небанківських кредитних установ, діяльність яких починає складати конкуренцію банкам завдяки пропозиції спеціалізованих та більш гнучких кредитних послуг. Важливе місце серед небанківських кредитних установ належить фінансовим компаніям, ломбардам, кредитним спілкам, іншим кредитним установам. Розвиток діяльності небанківських кредитних установ в Україні відбувається нерівномірно, що вимагає дослідження гальмівних та стимулюючих чинників їх розвитку.

Небанківські кредитні інститути за національним законодавством не вважаються банками, надають одну або декілька видів фінансових послуг. Такі установи займають свої невеликі ніші на кредитному ринку.

Небанківські кредитні установи в нашій країні виділились в окрему групу, розвиток якої відбувається доволі динамічно. Високий динамізм їх розвитку зумовлений значною мірою недоступністю, високою вартістю банківських кредитів та завищеними вимогами до позичальників з боку банків.

Форми кредитів небанківських кредитних установ є різними. Вони можуть надавати споживчі, лізингові, ломбардні, факторингові, іпотечні кредити. Існуючі особливості надання кредитних послуг дозволяють виділити окремі види небанківських кредитних установ, зокрема кредитні спілки, ломбардні установи, лізингові компанії, факторингові компанії, інші кредитні інститути.

Сучасний етап у розвитку інститутів небанківського кредитного сектора характеризується поступовим подоланням наслідків світової фінансової кризи в діяльності фінансових інститутів, проте й погіршенням умов реалізації кредитного бізнесу в Україні внаслідок появи додаткових негативних макроекономічних чинників: зниження темпів економічного зростання, недоступності нагромаджених активів на окупованих територіях, системної кризи в банківській системі і на фондовому ринку, падінням доходів населення тощо. Незважаючи на існуючі проблеми небанківські кредитні установи відіграють важливу роль в системі національного фінансового посередництва й сприяють його розвитку.

Кредитні спілки історично завжди відігравали важливу роль у функціонуванні кредитного бізнесу в небанківському фінансовому секторі України. В 2016 р. кредитні спілки об'єднували 642,9 тис. осіб, чисельність учасників цих установ в останні роки мала тенденцію до скорочення [1].

В 2016 р. кредитні спілки володіли активами величиною 2032,5 млн грн, що на 23,5 % менше у порівнянні з показником 2012 р. Величина продуктивних активів спілок, як і їх загальних активів в періоді дослідження зменшувалась. У порівнянні з загальними активами темп зниження був навіть вищим, що свідчить про недоліки в кредитній політиці цих кредитних установ та про зростання величини активів, що не приносять доходу. Частка продуктивних активів в загальних активах кредитних спілок на кінець 2016 р. складала 79,7 %, тоді як в 2012 р. становила 88,6 % [1].

В 2012-2016 рр. тенденція зменшення вартості кредитного портфеля кредитних спілок лише посилювалась. За досліджуваний період кредитний портфель цих установ зменшився на

28,9 %. На сьогодні має місце скорочення чисельності членів спілок, які мають чинні кредитні договори. Якщо в 2012 р. такі договори мали 254 тис. осіб, то в 2016 р. їх чисельність скоротилась до 148,6 тис. осіб, або на 41,5 % [1].

Структура портфеля кредитних спілок за цільовим спрямуванням засвідчує про поступову переорієнтацію кооперативних кредитних установ зі споживчого кредитування на потреби фінансування суб'єктів господарювання і малого підприємництва. Однак основна частина кредитів спілок залишається призначеними на споживчі потреби громадян.

Особливе місце в реалізації кредитного бізнесу в небанківському фінансовому секторі займають ломбардні установи. Ломбардами опанований окремий сектор кредитного ринку, на якому сформована пропозиція короткострокових готівкових кредитів, що пропонуються населенню під заставу вартісних речей.

На відміну від кредитних спілок, кількість яких продовжила скорочуватись протягом 2012-2016 рр. нові ломбардні установи створювались в Україні до початку 2016 р.

В 2016 р. ломбардні установи загалом видали під заставу майна 11943,6 тис. фінансових кредитів на загальну суму 16718 млн. грн. В останньому п'ятилітньому періоді обсяги ломбардного кредитування зросли на 89,1 %, а кількість наданих позик – на 4,7 %, що засвідчує зростання суми фінансового кредиту на одного позичальника ломбардної установи [2].

Для фінансових кредитів ломбардів характерним є високий рівень погашення. Високий рівень процентних ставок, під які надаються фінансові кредити, примушує позичальників вчасно їх погашати, тому рівень погашення в періоді дослідження коливався від 97,5 % в 2014 р. до 99,8 % в 2013 р. [2].

Динамічне зростання ломбардної діяльності в Україні було характерним і в період кризових явищ в суспільно-політичному житті країни в 2014-2016 рр., що характеризує високу фінансову стійкість цих установ до кризових процесів в фінансовій системі.

Ломбарди залишаються доволі консервативними фінансовими usernames, які обмежують свої кредитні ризики, ретельно здійснюючи відбір найбільш ліквідних та надійних предметів застави в процесі кредитування.

В 2012-2016 рр. ломбарди активно продовжили нарощування своєї ресурсної бази. Загальний розмір капіталу ломбардних установ в 2012-2016 рр. збільшився на 112,9 % і становив 3317,7 млн. грн. На кінець 2016 р. розмір власного капіталу збільшився на 58,1 % і досяг 1714,1 млн. грн. [2]. Основу кредитних ресурсів ломбардів складає власний капітал, який стрімко зростає на рахунок одержаного та нерозподіленого прибутку.

Останніми роками активний розвиток кредитного бізнесу в небанківському фінансовому секторі стали забезпечувати фінансові компанії, серед яких факторингові, гарантійні, лізингові, кредитні компанії інших видів. Саме ці види фінансових інститутів забезпечують найбільш швидке нагромадження своїх активів.

В 2016 р. загальна величина активів фінансових компаній в Україні становила 67401,7 млн грн, збільшившись за 2012-2016 рр. на 85,2 % [2]. Фінансові компанії на сьогодні володіють найвищим кредитним потенціалом в небанківському фінансовому секторі і здатні суттєво прискорити розвиток кредитного бізнесу в країні.

Частка активів фінансових компаній в загальних активах кредитних установ небанківського фінансового сектора залишалась пріоритетною протягом 2012-2016 рр., коливаючись в межах 89,5-94,3 % [2]. Прискорений розвиток фінансових компаній зумовлений відсутністю значних законодавчих обмежень в їх діяльності та базового закону, який до сих пір не ухвалений Верховною Радою України.

Обсяг кредитних послуг факторингових компаній в 2016 р. становив 5569,4 млн. грн., лізингових компаній – 67,3 млн. грн., інших фінансових компаній – 5783,1 млн. грн. Найбільшого зростання в 2012-2016 рр. зазнала діяльність лізингових компаній, які збільшили обсяги кредитування на 3858,8 % [2].

Загальний обсяг реалізованих кредитних послуг в небанківському фінансовому секторі на кінець 2016 р. становив 49845,4 млн. грн., збільшившись за п'ятирічний період на 56,6 % [1; 2]. Активний розвиток кредитної діяльності в цьому сегменті фінансової системи

протягом 2012-2016 рр. обумовлений розвитком та нарощуванням обсягів кредитування новими для вітчизняної практики видами фінансових інститутів, такими, як лізингові, факторингові компанії, інші фінансові компанії, компанії, що створили фонди фінансування будівництва та фонди операцій з нерухомістю.

Розвиток кредитної діяльності в небанківському фінансовому секторі має важливе значення для економіки країни, адже засвідчує розвиток спеціалізації в діяльності фінансових інститутів та зростання конкуренції в фінансовій сфері країни. З іншого боку розвиток небанківських кредитних установ примушує банки, які є основними агентами фінансового посередництва, удосконалювати процеси надання своїх кредитних послуг, підвищувати їх гнучкість, якість та спрямованість на задоволення потреб різних категорій споживачів.

Обсяги зростання кредитних послуг небанківських кредитних інститутів в періоді дослідження були вищими за банківські, становивши 56,6 %, що привело до зростання частки сукупного обсягу кредитних послуг, наданих в небанківському фінансовому секторі, в кредитному портфелі вітчизняних банків. Якщо в 2012 р. цей показник склав 3,9 %, то в 2016 р. збільшився до 5 % [1; 2; 3].

Небанківським кредитним інститутам спід і надалі забезпечувати активний розвиток кредитної діяльності, розробку нових кредитних продуктів, цікавих для споживачів, використовувати дієві засоби обмеження ризиків для збереження своєї фінансової надійності та стабільності.

Для відновлення позицій кредитних спілок в процесах кредитування населення важливо забезпечити розробку й реалізацію механізмів підтримки ліквідності цих фінансових установ, щоб зберегти цей важливий сектор фінансової системи країни. Ломбардам і факторинговим компаніям для подальшого розвитку кредитування необхідно працювати над зменшенням вартості своїх кредитів, підвищенням їх фінансових та споживчих характеристик, а також привабливістю для споживачів кредитних послуг.

#### **Список використаних джерел**

1. Підсумки діяльності кредитних установ : аналітичні матеріали Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nfr.gov.ua>

2. Підсумки діяльності фінансових компаній, ломбардів та юридичних осіб – лізингодавців : аналітичні матеріали Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nfr.gov.ua>

3. Основні показники діяльності банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id](http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id).

**Копилюк О. І.**  
д.е.н., професор,  
**Музичка О. М.**  
к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **РОЛЬ БАНКІВ У ФОРМУВАННІ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

Формування інноваційно-інвестиційної моделі економічного зростання національної економіки передбачає окреслення основних фінансових джерел здійснення даного процесу й пошук механізмів задіяння потенціалу банківської системи у розвиток економіки як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях, що дозволить активізувати суспільний розвиток в умовах децентралізації державного управління та нової парадигми розвитку регіонів. Необхідність дослідження новітніх підходів до розробки й реалізації регіональної політики розвитку банківської системи з урахуванням необхідності здійснення територіально-

адміністративної реформи та більш широким адміністративних і фінансових повноважень місцевих органів самоврядування передбачає необхідність дослідження фінансової безпеки регіонів.

В умовах сьогодення відсутній єдиний підхід до визначення безпеки регіону, її місця та ролі у структурній моделі національної безпеки держави. Під економічною безпекою територіальної утворення розуміється сукупність умов і чинників, що характеризують поточний стан економіки, стабільність, стійкість і поступальність її розвитку, ступінь її самостійності у процесах інтеграції економікою країни, що виражається: 1) у можливості проводити власну економічну політику в межах країни; 2) здатності реагувати на різкі геополітичні зміни і здійснювати (або принаймні почати здійснення) значні економічні заходи (не очікуючи допомоги від країни) за невідкладними ситуаціями на території, пов'язаними з локальними економічними лихами чи економічними прорахунками (помилками) на державному рівні; 3) можливості на договірній основі допомагати суміжним областям і регіонам, незбалансована економічна ситуація в яких може негативно позначитися на економічних інтересах території; стабільно підтримувати відповідність чинних на території економічних нормативів загальноприйнятим у світовій практиці (чи директивно затвердженим для території на конкретний період часу), що дозволило б зберегти (чи відновити) належний рівень життя населення [2, с. 29].

Найчастіше фінансова безпека регіону трактується як: 1) фінансова самостійність (автономія), яка насамперед проявляється у здійсненні контролю над ресурсами регіону і визначається можливостями найбільш повно використовувати конкурентні переваги регіону; 2) стабільність регіональної економіки, яка передбачає надійність усіх елементів системи, захист усіх форм власності, створення гарантій для ефективної підприємницької діяльності, стримування впливу дестабілізуючих чинників; 3) здатність до розвитку і прогресу, тобто самостійної реалізації і захисту регіональних економічних інтересів, здійснення модернізації виробництва, ефективної інвестиційної та інноваційної політики, розвитку інтелектуального і трудового потенціалу регіону.

Розуміють під фінансовою безпекою регіону також стан його економічного розвитку, що характеризується необхідними фінансовими ресурсами для задоволення потреб населення регіону, виконання своїх функціональних зобов'язань усіма ланками фінансової системи стосовно захисту його фінансових інтересів, запобігання фінансовим загрозам та небезпекам, подолання фінансової кризи та забезпечення ефективного функціонування економіки регіону загалом [1].

На нашу думку, фінансова безпека регіону як структурна компонента економічної та національної безпеки держави повинна бути спрямована на забезпечення необхідного обсягу фінансових ресурсів для стійкого розвитку усіх територіальних адміністративних одиниць й стабільності регіональної економіки від існуючих загроз, небезпек та дестабілізуючих чинників з урахуванням грошово-кредитної, податкової, митної, валютної та інвестиційної складових.

Регіональна банківська система, яка забезпечує необхідними фінансовими ресурсами економічну, соціотрудову, інноваційну, інвестиційну, адміністративно-управлінську, науково-технічну регіональні суспільні системи є найважливішою ланкою фінансової системи регіону і характеризується такими ознаками як ієрархічність, однорідність функцій, територіальна розташованість, наявність адміністративних меж та є основним фінансовим посередником у кругообороті грошових потоків і визначальним чинником гарантування фінансової безпеки регіону.

Аналіз і оцінка сучасних тенденцій розвитку банківської системи України в регіональному вимірі дозволила виокремити характерні загрози її фінансовій безпеці, зокрема:

1. Існування значних диспропорцій у її територіальній структурі та відсутність у значній кількості областей банків-юридичних осіб. Такий стан речей неминує може призвести до економічної відсталості регіонів із нерозвинутою банківською системою. Тому важливим завданням держави у сфері фінансової політики повинно бути стимулювання

інтересів комерційних банків до діяльності у проблемних регіонах.

2. Нерівномірність регіональної концентрації банківської системи. Більшість комерційних банків концентрується у столичному регіоні. Так, у м. Києві та Київській області у 2017 році зареєстровано 58,7% від загальної кількості банків. Іншими регіональними центрами концентрації української банківської мережі є Дніпропетровська, Харківська, Одеська області. Окрім того, нерівномірність регіональної концентрації банківської системи поглиблює висока залежність філій та відділень банків, що їм підпорядковані.

3. Економічна неефективність регіональної локалізації банківської системи. Негативним наслідком нерівномірності розміщення українських банків стає відтік фінансових ресурсів банків з одних регіонів в інші, де розташовані головні офіси комерційних банків, що створює негативні тенденції посилення територіальної нерівномірності соціально-економічного розвитку всієї країни, депресивності низки регіонів України. Зокрема нерівномірність регіональної концентрації комерційних банків України зумовила поділ регіонів на дві групи: регіони-донори (Житомирська, Івано-Франківська, Київська, Львівська, Тернопільська, Черкаська області) і регіони-реципієнти (Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Закарпатська, Запорізька, Кіровоградська, Миколаївська, Одеська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Харківська, Херсонська, Чернівецька, Чернігівська області, м. Київ). З огляду на вищевикладене, виходом може бути орієнтування в розміщенні банківської мережі на густоту населення, фінансове стимулювання розвитку депресивних регіонів.

4. Суттєва частка іноземних інвесторів у сумарному капіталі вітчизняної банківської системи. Так, на початок 2018 р. в Україні функціонувало 38 банків з іноземним капіталом. У повній власності (100% корпоративних прав) іноземних інвесторів перебуває близько 21,9% (18 банків) від загальної кількості банків, що володіють ліцензією НБУ на здійснення банківських операцій. Загальна кількість банківських установ 82 на 01.01.2018р. Частка іноземного в статутному капіталі досягнула загрозливого з позицій безпеки рівня – близько 50%.

5. Нерозвинута нормативно-правова база функціонування банківської системи. Ця проблема насамперед стосується вимог щодо мінімального статутного капіталу та участі в системі гарантування вкладів. Основними напрямками реформування системи гарантування вкладів в Україні з позицій безпеки та врахування світового досвіду вважаємо такі: 1) включення Державного Ощадного банку України в систему гарантування вкладів шляхом внесення відповідних змін до чинного законодавства; 2) вдосконалення підходів до формування фінансових ресурсів ФГВФО на основі ризик-орієнтованого підходу конкретних банківських установ; 3) обґрунтування гарантованих сум відшкодування на депозити юридичних осіб; 4) поширення страхового відшкодування на вклади у банківських металах та депозитні (ощадні) сертифікати; 5) підвищення мінімальної суми відшкодування з 200 тис. грн. до розміру, який відповідає вимогам вступу країни до ЄС (20 тис. євро); 6) вдосконалення механізмів роботи з неплатоспроможними банками та їх активами.

6. Погано розвинута технічна база функціонування банківської системи у регіонах. Зокрема, комерційні банки в регіонах за своїм технічним оснащенням суттєво відстають від столичних. Багато з них не володіють сучасними банківськими системами через низьку професійну підготовку персоналу і низький рівень застосування комп'ютерних технологій та розвитку комунікаційних мереж. Портфель банківських послуг, що їх надають у регіонах, є не такий наповнений, як у столиці.

Постає питання, яким чином розвивати регіональні банківські системи, не порушуючи при цьому цілісності банківської системи країни як складової фінансово-кредитної системи і як важливого імператива національної (фінансової) безпеки. Вирішення такого питання можна здійснити шляхом обґрунтування міри регіоналізації розвитку банківської системи країни, яка буде проявлятися при:

- 1) реалізації політики розвитку банківської системи країни;
- 2) функціонуванні банківських установ, інших суб'єктів ринку банківських послуг зі співвіднесенням участі в економіці регіону транснаціонального, національного і регіонального банківських капіталів.

Перший напрям прояву міри регіоналізації розвитку банківської системи передбачає чіткий субординаційний розподіл повноважень профільних центральних та місцевих органів державної влади. У першу чергу це співвіднесення функцій НБУ і його територіальних підрозділів, а також взаємодії з іншими профільними структурами, які здійснюють свою діяльність в економічній і фінансовій сферах. Мова йде про, для прикладу, координацію функціональних зобов'язань Міністерства фінансів України та головних управлінь фінансів обласних адміністрацій, Міністерства економічного розвитку та торгівлі України й головних управлінь економіки обласних адміністрацій, постійно діючих депутатських комісій профільного спрямування – при Верховній раді України та при радах народних депутатів обласних рад і т.д.

Другий напрям, що відображає міру регіоналізації розвитку банківської системи країни, проявляється через діяльність банківських установ залежно від приналежності їх капіталу у різних просторових вимірностях. У випадку достатніх конкурентних позицій на регіональному ринку банківських послуг так званих регіональних банків і розвинутого конкурентного середовища з пропозицією якісних банківських послуг, задоволенням споживчих та інших потреб населення, можна говорити про ефективність регіональної політики розвитку банківської системи країни. Тобто, другий прояв міри регіоналізації впливає з першого – підходів регуляторних впливів з розподілом функціональних повноважень профільних державних структур на різних інституційних рівнях.

Отже, констатація міри регіоналізації банківської системи як критерія фінансової безпеки на регіональному рівні дозволить чітко регламентувати повноваження центральних та місцевих органів державної влади у реалізації регіональної економічної політики й функціонуванні регіональної банківської системи як основного посередника у русі грошових потоків між усіма ланками регіональної суспільної системи.

#### *Список використаних джерел*

1. Медвідь М. М. *Фінансова безпека регіонів України (на прикладі Харківської області): Автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка.* - Полтава, 2007. – 20 с.
2. Татаркин А. И. *Изменение парадигмы исследований экономической безопасности региона / А. И. Татаркин, А. А. Куклин // Экономика региона. – 2012. – № 2. – С. 29.*

**Васильців Т. Г.**  
д.е.н., професор,  
**Гудзовата О. О.**  
к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ РОЗВИТКУ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ**

Фінансова та макроекономічна системи на сучасному етапі соціально-економічного розвитку України нестабільні та характеризуються істотними дисбалансами та диспропорціями, що посилюють загрози стабільного функціонування національної економіки і її соціальної сфери. Значною мірою ці недоліки обумовлені негативними аспектами функціонування грошово-кредитної сфери держави. Так, грошово-кредитна система протягом всього періоду незалежності нашої держави функціонує недостатньо ефективно та не реалізує багатьох своїх базових функцій у підтриманні макроекономічної стабільності, економічного зростання та зміцнення конкурентоспроможності національної економіки в контексті забезпечення фінансової безпеки держави. Більше того, накопичені в попередні роки дисбаланси на фоні ускладнення ситуації в реальному секторі економіки, підвищення негативних очікувань через суспільно-політичні події та військовий конфлікт призвели до ще більшого загострення ситуації у грошово-кредитній сфері (табл. 1).

Таблиця 1

## Інтегральний індекс грошово-кредитної безпеки України у 2000, 2005, 2010-2016 рр.

Індикатори	Фактичні значення за роками						
	2000	2005	2010	2013	2014	2015	2016
Відношення обсягу грошового агрегату М3 до ВВП (рівень монетизації), %	19,0	43,9	55,2	62,5	61,1	50,2	46,3
Відношення ВВП до обсягу грошового агрегату М2, кількість обертів	5,4	2,3	1,9	1,7	1,6	1,9	2,2
Обсяг готівки до ВВП, %	7,5	13,6	16,3	15,8	18,1	14,3	13,1
Темпи інфляції (до грудня попереднього року), %	125,8	110,3	109,1	100,5	124,9	143,3	112,4
Частка довгострокових кредитів комерційних банків, %	17,0	21,2	29,3	19,1	21,3	21,8	26,2
Рівень середньої процентної ставки кредитів комерційних банків відносно інфляції, %	5,7	5,3	6,9	10,5	9,3	15,2	15,4
Інтегральні значення показника грошово-кредитної безпеки	0,701	0,639	0,613	0,566	0,568	0,571	0,498

Найбільш істотними викликами, недоліками та, відповідно, загрозами функціонування вітчизняної грошово-кредитної сфери, на сьогодні залишаються:

1. Нестабільність національної грошової одиниці та волатильні темпи інфляції. Загострення накопичених впродовж 2012-2013 рр. макроекономічних дисбалансів та кризових процесів у суспільно-політичному житті призвело до стрімкого зростання інфляції в 2014 р. (до 24,9 %), спричиненого девальвацією гривні в умовах зниження валютних надходжень та наростання панічних настроїв серед населення через військовий конфлікт на Сході України. На кінець 2016 р. внаслідок скорочення доходів населення, зниження платоспроможного споживчого попиту через жорстку монетарну та фіскальну політику, а також зниження цін на світових продовольчих та сировинних ринках темпи зростання цін знизилися до 12,4 %, проте залишалися у фазі галопуючої інфляції. У вересні 2017 р. інфляція прискорилося до 16,4 % (із 13,5 % у травні 2017 р.).

2. Незбалансована структура грошової пропозиції. У розвинутих країнах світу частка готівки в структурі грошової маси не перевищує 4-7 %, тоді як в Україні майже четверта частина грошової маси обертається поза банками і не контролюється вітчизняною банківською системою. Частка готівки у ВВП України у 2016 р. становила 13,1 %, що перевищувало гранично прийнятне значення цього показника у понад 3,2 рази.

3. Критично високий рівень монетизації національної економіки та значна частка готівки в структурі грошової маси. У період 2010-2016 рр. темпи приросту грошової маси перевищували темпи приросту ВВП, що, з одного боку, призвело до підвищення рівня монетизації (з 43,9 % у 2005 р. до 46,3 % у 2016 р.), а з іншого – обумовило невпинне падіння купівельної спроможності грошей з 0,91 до 0,89. Слід також відзначити падіння швидкості обігу грошової маси з 2,3 у 2005 р. до 2,1 у першому півріччі 2017 р., що пов'язано з посиленням кризових явищ і зниженням економічної активності суб'єктів реального сектору економіки в Україні. Це свідчить про наявність значних диспропорцій у розвитку вітчизняної грошово-кредитної системи, зокрема грошового обігу.

4. Зростання рівня доларизації грошового обігу. Дисбаланс грошового обігу в Україні пов'язані також із незбалансованою структурою грошової пропозиції, коли зростання грошової маси в обігу здійснюється за рахунок випуску коштів НБУ через фондний та валютний канали, канал рефінансування та викупу ОВДП під цінні папери уряду. Тривалий час основним каналом випуску грошей в обіг був валютний канал, що обумовлювалося станом платіжного балансу – за припливу спекулятивних капіталів або значних обсягів надходжень експортної виручки емісія грошової маси зростала, що призвело до зростання рівня доларизації вітчизняної економіки.

5. Неефективний трансмісійний механізм грошово-кредитної політики. У 2014-2017 рр. структура грошової пропозиції значною мірою формується активним викупом НБУ державних цінних паперів, що, з одного боку, становить приховану внутрішню емісію для фінансування дефіциту бюджету, а з іншого – підтримку ліквідності банків та стабілізацію їх функціонування. Тобто, емісійний ресурс спрямований на фінансування дефіциту бюджету та рефінансування банків має короткостроковий, непродуктивний характер, оскільки поточна структура грошової емісії формує монетарні чинники прискорення інфляції, забезпечує фінансування споживчого попиту, проте не сприяє активізації економічної та інвестиційної діяльності й не стимулює кредитування реального сектору економіки. За таких умов структурні проблеми економіки лише загострюються, посилюються інфляційні та девальваційні ризики.

6. Висока вартість банківського кредитування. З початку розгортання світової фінансово-економічної кризи 2008 р. до початку 2014 р. НБУ поетапно знижував облікову ставку та удосконалював засади проведення процентної політики через посилення дієвості коридору процентних ставок овернайт з метою активізації кредитування реального сектору економіки. Проте в умовах стагнації зниження вартості кредитних ресурсів виявилось недостатнім інструментом активізації попиту на кредити. Водночас під впливом негативних політико-економічних процесів та посилення девальваційного тиску з початку 2014 р. облікова ставка НБУ послідовно підвищувалася з 9,5 до 30 % у 2015 р. з метою забезпечення тривалої курсової стабільності та уповільнення темпів зростання цін. Крім того, політика “дорогих грошей” унеможливила валютні спекуляції на міжбанківському ринку. В період поступової стабілізації на валютному ринку та уповільнення темпів інфляції облікова ставка НБУ почала знижуватися і станом на жовтень 2017 р. становила 13,5 %, що мало на меті стимулювання кредитної активності за рахунок здешевлення вартості кредитних ресурсів.

7. Негативна динаміка залучених банками депозитів, скорочення кредитного портфеля банків та погіршення його якості. Протягом 2014-2017 рр. динаміка залучених банками коштів фізичних осіб, що є базою для активізації кредитної діяльності банків, характеризувалася негативними тенденціями. Відплив вкладів із банків у декілька разів перевищував показник кризового 2009 р., а в окремих банках вкладники вилучили до 50 % депозитів. Лише за 2014 р. обсяг коштів фізичних осіб у банках зменшився на 126 млрд грн, або на 29 %, у т.ч. у національній валюті – на 53 млрд грн (на 21 %), в іноземній валюті – на 9 млрд дол. США (на 40 %). У 2016 р. темпи вилучення депозитів фізичних осіб з банківської системи хоча і продовжувалися, але значно уповільнилися порівняно з попередніми кризовими роками. При цьому, поетапне скасування обмежень на зняття вкладів у 2016-2017 рр. позитивно вплинуло на рівень довіри населення до банків та динаміку депозитів. Так, у першому півріччі 2017 р. вклади фізичних осіб у національній валюті зросли на 12,8 % в порівнянні з аналогічним періодом 2016 р., тоді як вклади в іноземній валюті – на 4,6 % в порівнянні з аналогічним періодом 2016 р.

8. Збільшення частки іноземного капіталу в банківській системі. Слід відмітити, що негативною рисою грошово-кредитної сфери в Україні є надмірний рівень доларизації кредитів і депозитів банків, що становить загрозу фінансовій, а через неї економічній безпеці держави, у випадку значних девальваційних коливань національної валюти. Якщо у 2012 р. загальна сума кредитного портфеля банківської системи в іноземній валюті складала близько 29 млрд дол. США, а рівень доларизації кредитів – 36,7 %, то у першому півріччі 2017 р. кредитний портфель в іноземній валюті зріс до 49 млрд дол. США, а рівень доларизації кредитів – до 44,7 %. Відповідно загальний обсяг депозитів в іноземній валюті, залучених у банківську систему у 2012 р. складав близько 25 млрд дол. США, у першому півріччі 2017 р. він зріс до 38 млрд дол. США, а рівень доларизації депозитів зріс до 45,1 %.

**Андрейків Т. Я.**

к. е. н., доцент,

**Чуй І. Р.**

к. е. н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **РОЛЬ КРЕДИТНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ БАНКІВ ЯК ДЖЕРЕЛА РОЗВИТКУ РЕАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Зростання значення глобалізаційних та інтеграційних тенденцій у світовій економіці зумовлює необхідність підвищення рівня національної економіки держави з метою покращання її конкурентної позиції у міжнародному економічному середовищі. У процесі розвитку різних сфер національного господарства важливу роль має проблема пошуку додаткових джерел фінансових ресурсів для реалізації нових проєктів, яка не завжди може бути вирішена за рахунок власних коштів економічних суб'єктів, фінансової підтримки держави чи ресурсів зовнішніх інвесторів, що, відповідно, призводить до зростання значення фінансово-кредитних установ як посередників на фінансовому ринку, здатних надавати акумульовані кошти суб'єктам господарювання. Враховуючи провідну роль банківського сектора в структурі фінансового ринку України, існує об'єктивна необхідність дослідження напрямків укладання коштів банківських установ у контексті їхнього цільового спрямування, серед яких особливе місце посідає саме кредитно-інвестиційна діяльність.

Кредитно-інвестиційна діяльність банків є важливим джерелом розвитку реального сектора економіки, яка забезпечує тісний зв'язок між секторами юридичних, фізичних осіб та банківських установ. Сучасні банки найближче за своїм місцем в економічній системі стоять до бізнесу, його потреб та кон'юнктури.

В існуючих на сьогодні науково-літературних джерелах не сформувалося єдиного підходу щодо змісту даного напрямку діяльності банків. Варто зазначити про існування двох позицій науковців, які передбачають розгляд кредитно-інвестиційної діяльності банків як цілісного поняття чи відокремлене трактування кредитної та інвестиційної діяльності як її складників.

Під час розгляду сутності кредитно-інвестиційної діяльності банків як сукупності двох пов'язаних, але самостійних напрямків, існує дискусійний аспект щодо первинності та, відповідно, важливості понять. Зв'язок між означеними складовими настільки тісний, що неможливо визначити більш важливий компонент.

Так, характеризуючи кредитно-інвестиційну діяльність банків, вчені визначають її як сукупність обґрунтованих стратегічних дій керівництва і працівників банку з надання банківських ресурсів з метою підвищення ефективності банківської діяльності, платоспроможності та зменшення рівня ризику; надання грошових коштів на довгостроковій основі на умовах платності, повернення, строковості з метою реалізації інвестиційних проєктів; діяльність по інвестуванню коштів банків та клієнтів у цінні папери (у тому числі в цінні папери фондів КУА) та надання довгострокових цільових кредитів (у тому числі проєктне фінансування) клієнтам у базові сфери економіки країни; як платне, переважно довгострокове, надання фінансових ресурсів іншим суб'єктам економіки на забезпечення їхнього поточного функціонування та розширення діяльності у напрямку реалізації інвестиційних проєктів. Запропоновані визначення дозволяють врахувати як кредитний, так і інвестиційний аспекти досліджуваної категорії. До того ж, варто врахувати той факт, що кошти, надані банком позичальникам у рамках кредитно-інвестиційної діяльності, не завжди спрямовуються на реалізацію інвестиційних проєктів, та можуть мати і споживчий характер, що також відображено у наданій дефініції [2].

Проте, деякі вчені-економісти, зокрема, дотримуються іншого підходу – розмежовуючи значення кредитної та інвестиційної діяльності, визначаючи кредитну

діяльність як “короткострокове та довгострокове кредитування виробничої, соціальної, інвестиційної та наукової діяльності підприємств та організацій; надання споживчих кредитів населенню; міжбанківських кредитів у частині наданих іншим банкам; лізинг-, факторинг-, дисконт- векселів”, у той час як під інвестиційною діяльністю вчені розуміють “формування портфеля цінних паперів та прями інвестиції”.

Інші вчені вважають, що ні кредитна, ні інвестиційна діяльність не має переваг для універсального банку, оскільки вони складають основу для розміщення наявних фінансових ресурсів і забезпечують для будь-якого банку одержання максимальної суми прибутку. Проте є вчені, що наголошують на перевагах інвестиційної діяльності банків перед кредитними операціями.

Загалом, між кредитною та інвестиційною діяльністю є як схожість, так і відмінності. Схожість полягає як у тому, що саме за допомогою здійснення даних операцій банк отримує найбільший прибуток, так й у тому, що він, при здійсненні обох видів діяльності, використовує власні, залучені та позикові фінансові ресурси для отримання доходу. Відмінністю, в свою чергу, є те, що ініціатором інвестиційної операції є сам банк, а кредитної – позичальник, який є клієнтом банку. Друга відмінність кредитної діяльності від інвестиційної – це кількість кредиторів, оскільки при інвестуванні їх може бути досить багато, а при кредитуванні, в основному, один кредитор, яким є сам банк [1, с. 284].

Кредитна та інвестиційна діяльність фактично поєднуються в єдиному кредитно-інвестиційному портфелі банку, тому неможливо надати перевагу кредитуванню чи інвестуванню в системі активних операцій банку. Банківська установа змінює свої акценти з кредитування на інвестування і навпаки у зв'язку зі змінами рівня прибутковості (рентабельності) операцій та ступеня ризику за ними. Формування кредитно-інвестиційного портфелю відбувається в межах визначеної банком структури капіталу на основі його кредитно-інвестиційного потенціалу.

Кредитно-інвестиційна діяльність банківських установ в Україні в умовах подолання наслідків світової економічної кризи зазнає суттєвих змін. Тому, вагомого значення набуває пошук шляхів розвитку економіки, зокрема через ефективне використання всіх наявних ресурсів, одним з яких є інвестиційний потенціал банків. Оскільки це дозволить не лише розширити можливості кредитування економіки, а й сприятиме диверсифікації ризиків та підвищенню прибутковості банківського бізнесу, зростанню довіри до банків. Це, у свою чергу, створить умови для поліпшення фінансування економіки з внутрішніх і зовнішніх джерел і сприятиме соціально-економічному розвитку України.

#### *Список використаних джерел*

1. Марченко О. В. Оцінка кредитно-інвестиційної діяльності банку / О. В. Марченко, Ю. М. Золотопун // “Молодий вчений”. – 2017. – № 2 (42). – С.283-287.
2. Мулик І. В. Кредитно-інвестиційна діяльність банків: сутність та значення для економіки України / І. В. Мулик [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>.

**Бучко І. Є.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Підприємства в умовах сьогодення функціонують у досить несприятливих умовах, що призводять до негативних результатів їх діяльності та характеризуються: недостатністю вільних фінансових ресурсів, частими коливаннями кон'юнктури фінансового ринку, нестабільністю та мінливістю навколишнього середовища, непостійністю державної економічної політики. Для подолання їх негативних наслідків, необхідно впроваджувати заходи щодо забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємств. Процес успішного

функціонування і економічного розвитку вітчизняних підприємств багато в чому залежить від міри забезпечення їх фінансово-економічної безпеки. Фінансово-економічна безпека підприємства обумовлює захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, спроможність швидко усунути різноманітні погрози або пристосуватися до них, якщо вони не мають суттєвого впливу на фінансові результати діяльності. Необхідність постійного дотримання економічної безпеки зумовлюється об'єктивно наявним для кожного суб'єкта господарювання завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї господарської діяльності. Процес забезпечення фінансово-економічної безпеки господарюючих суб'єктів розуміють сукупність заходів, спрямованих на запобігання та протидію негативним впливам на їхню економічну безпеку за різними аспектами фінансово-економічної діяльності. Саме запобігання викликам, не тільки явно загрозливого характеру, але й потенційно можливим економічній безпеці підприємства, складає ціль роботи менеджерів по забезпеченню фінансово-економічної безпеки бізнесу. На основі загальної теорії безпеки необхідно вибудувати алгоритм дій господарюючого суб'єкта, що забезпечить йому прийняття таких мір і кроків, які не дали б можливості опуститися за критичну межу й загубити свою економічну незалежність. Складність завдання забезпечення безпеки полягає в тому, чи зможуть менеджери відстояти незалежність у прийнятті рішень і забезпечити умови нормальної діяльності шляхом мінімізації різних дестабілізуючих факторів.

Управління фінансовою безпекою підприємства може здійснюватися: в умовах стабільного існування підприємства та в умовах нестабільного існування підприємства. Управління фінансово-економічною безпекою в умовах стабільного існування підприємства включає: формування ефективних інформаційних систем, що забезпечують обґрунтування альтернативних варіантів управлінських рішень; проведення аналізу стану фінансово-економічної безпеки підприємства; розробку системи планування фінансово-економічної безпеки підприємства; створення системи внутрішнього контролю фінансово-економічної безпеки підприємства.

Процес забезпечення фінансово-економічної безпеки включає: оцінку загроз економічній безпеці, що мають політико-правовий характер; оцінку поточного рівня забезпечення фінансової безпеки; оцінку ефективності запобігання можливій шкоді від негативних дій; планування комплексу заходів із забезпечення фінансової безпеки і розробку рекомендацій стосовно його реалізації; бюджетне планування практичної реалізації пропонованого комплексу заходів; планування корпоративних ресурсів; оперативну реалізацію запланованих дій у процесі здійснення суб'єктом господарювання фінансово-господарської діяльності [1].

Управління фінансово-економічною безпекою органічно входить в загальну систему управління підприємства і є важливою його функціональною ланкою, яка забезпечує реалізацію управлінських рішень у фінансово-економічній сфері діяльності підприємства. Система управління фінансово-економічною безпекою підприємства в умовах нестабільного існування повинна включати наступні складові: діагностика кризових ситуацій; розділення об'єктивних і суб'єктивних негативних впливів; визначення переліку мер по запобіганню погроз економічній безпеці; оцінка ефективності планованих мір з погляду нейтралізації негативних впливів; оцінка вартості пропонованих заходів щодо усунення погроз економічній безпеці [1].

Розробка системи забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства в період падіння попиту й виробництва пов'язана із: загрозою зменшення запасу фінансової міцності підприємства стосовно можливих збитків і втрат, у тому числі за рахунок недбалості й помилкових дій персоналу; підвищенням ризиком шахрайства з боку контрагентів; частішими випадками несумлінних дій менеджерів і співробітників та ін.

Систему забезпечення фінансово-економічної безпеки можна розглядати як комплекс заходів по локалізації різноманітних загроз і небезпек, що перешкоджають діяльності підприємства і його життєвоважливим фінансово-економічним інтересам. Створити

універсальну систему фінансово-економічної безпеки підприємства неможливо, оскільки кожне підприємство унікальне, має свої особливості функціонування, потенціал, технічні та технологічні можливості, ринкові позиції тощо [2]. Такий підхід дасть можливість врахувати можливі варіанти розвитку факторів зовнішнього середовища; знизити їх негативний вплив на результати діяльності підприємства; реально оцінити його фінансові можливості; максимально використати внутрішній фінансовий потенціал підприємства; активно маневрувати фінансовими ресурсами тощо. Кризові явища на ринку товарів та послуг, зростаюча конкуренція серед підприємств, розширення спектру ризиків та загроз – все це потребує від кожного підприємства створення і застосування адаптованої до подібних явищ стратегії забезпечення їх фінансово-економічної безпеки.

Таким чином, під системою управління фінансово-економічною безпекою підприємства розуміється сукупність заходів, що здійснюється з метою захисту бізнесу від негативних загрозливих викликів зовнішнього і внутрішнього характеру. Ступінь фінансово-економічної безпеки підприємства обумовлена здатністю органів управління забезпечити стійкий економічний розвиток підприємства, досягнення основних цільових параметрів діяльності при збереженні незалежності й ліквідності її фінансової системи, розробити й впровадити систему постійного моніторингу фінансово-економічного стану підприємства з метою раннього діагностування ознак кризових явищ і ознак банкрутства підприємств.

#### **Список використаних джерел**

1. Орлик О. В. *Механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства та його основні складові* / О. В. Орлик // *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. – 2015. – № 19. – Том 2. – С. 222-232.
2. Орлик О. В. *Технології управління фінансово-економічною безпекою підприємств* / О. В. Орлик // *Вісник Дніпропетровського університету*. – 2015. – № 9(1). – С. 80-89.

**Власюк Н. І.**  
к. е. н., доцент,  
**Юсипович О. І.**  
к. е. н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ У СФЕРІ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

На сучасному етапі економічного розвитку для більшості вітчизняних малих підприємств гострою проблемою є нестача необхідного обсягу фінансових ресурсів, що істотно позначається на ефективності їхнього господарювання та результатах діяльності. Разом з тим, нестача коштів дуже часто супроводжується низьким рівнем їхнього використання. Саме тому подальший розвиток малого бізнесу в Україні та спрямування його діяльності на забезпечення фінансової стабільності держави потребує належної організації фінансового менеджменту.

Механізм управління фінансовими ресурсами малих підприємств в умовах трансформаційних змін в економіці України лише починає формуватись, тому визначення його сутності та завдань дуже актуальні на сучасному етапі.

Теоретичним і практичним питанням розвитку малого бізнесу присвячені дослідження багатьох зарубіжних і українських учених, серед яких: І. М. Абрамова, І. О. Бланк, В. Вісящев, В. Гесц, О. Карпова, Ю. О. Ключко, Л. Кривенко, М. Кондратюк, Д. Ляпін, С. Мочерний, Й. Піхлер, Т. Смовженко, А. Хоськінг та інші. Але до цього часу не запропоновано єдиного концептуального підходу до організації управління фінансами малих підприємств.

На наш погляд, зміст управління фінансами полягає в ефективному використанні фінансового механізму для досягнення стратегічних і тактичних цілей виробництва. Основна мета управління фінансами підприємства нерозривно пов'язана з головною метою фінансового менеджменту в цілому і реалізується з нею в єдиному комплексі.

Фінансовий менеджмент типового малого підприємства істотно відрізняється від управління фінансами великого підприємства.

Більшість принципів управління фінансовими ресурсами великих підприємств можуть бути застосовані до малого бізнесу, але з іншими акцентами. Більшість власників малих підприємств відчувають дефіцит широкого діапазону навичок, за допомогою яких вони повинні точно аналізувати ринок і стрімко маневрувати своїми обмеженими ресурсами, щоб максимізувати швидкість і гнучкість випуску продукції. Крім того, існує висока залежність потенціалу росту малих підприємств від кваліфікації їхнього управлінського персоналу. Через свої розміри та цілі існування малий бізнес, зазвичай, не має можливостей для залучення висококваліфікованих, високооплачуваних найманих працівників, особливо менеджерів і бухгалтерів, і спирається на власні сили. Часто залишаються поза увагою також аналіз фінансових показників та оцінка ймовірності банкрутства, вибір оптимальних джерел фінансування, маркетинговий та інвестиційний аналізи, не говорячи вже про використання інструментів контролінгу.

Для малих підприємств практично завжди є актуальною проблема дефіциту ресурсів через складність доступу малих підприємств на фінансовий і грошовий ринки (емісія акцій у більшості випадків неможлива; кредити дорогі, або недоступні через ризиковане фінансове становище підприємства і відсутність кредитної історії).

Вивчення теорії і практики управління фінансовими ресурсами малих підприємств (у першу чергу західних фахівців, внаслідок того, що їхня дослідницька діяльність у цій сфері найактивніша) дає можливість сформулювати таку низку чинників, що визначають їх відмінні риси в порівнянні з великим бізнесом:

1) специфіка підприємницьких мотивацій керівників-власників малих підприємств на відміну від найманих менеджерів великих фірм;

2) стратегічні цілі підприємства, що визначають різницю у керуванні фінансовими ресурсами великих та малих підприємств;

3) можливість відсутності мети максимізації прибутку, що характеризується прагненням власника до збереження незалежності й певного, достатнього рівня доходів;

4) залежність від внутрішніх джерел фінансування й актуальність проблеми дефіциту фінансових ресурсів; кредити дорогі або недоступні;

5) обмежені ресурси й потужності, невелика кількість виробленої продукції;

6) менш розвинені системи керування, слабка організація довгострокового планування;

7) відсутність мети максимізації курсу акцій і рівня дивідендів через складність визначення вартості малого бізнесу, що не оцінюється публічно фінансовим ринком;

8) високий рівень фінансових ризиків;

9) несистематичність менеджменту [1].

У сучасному розумінні основним завданням фінансового менеджменту суб'єктів малого підприємництва є ухвалення рішень щодо забезпечення найбільш ефективного руху фінансових ресурсів в усіх ланках бізнесу. У окремих ситуаціях метою управління фінансами малого бізнесу може бути: виживання бізнесу в умовах конкурентної боротьби; попередження банкрутства та суттєвих фінансових негараздів; максимізація прибутку або мінімізація витрат; стійкий темп зростання економічного потенціалу; зростання обсягу виробництва та реалізації товарів; зростання доходів керівництва та власників бізнесу; забезпечення рентабельності бізнесу та інші [2, с. 125].

Основними чинниками, які впливають на організацію управління фінансами малого бізнесу є: кількість працюючих та їхній склад, організаційна структура підприємства або

схема управління, сфера діяльності, асортимент продукції, форма власності, співвідношення попиту та пропонування продукції, що виробляється та інші [3, с. 38].

Таким чином, фінансовий менеджмент малого підприємства – складний та багатогранний процес. Створення на малому підприємстві зрозумілої та логічної схеми організації даного процесу, що забезпечує підвищення ефективності використання ресурсів за рахунок мобілізації внутрішніх резервів, є реальним чинником підвищення ефективності його фінансово-господарської діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. Мандрига Г. М. *Поняття, місце і роль малих підприємств в економіці: економічний та соціальний аспект* / Г. Мандрига [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/22856/1/23-154-163.pdf>.
2. Стадник В. О. *Складові і чинники формування потенціалу розвитку малого підприємництва*. / В. О. Стадник, О. С. Петрицька // *Актуальні проблеми економіки*. – 2006. – № 12. – С. 124-128.
3. Фастовець А. А. *Фінанси малого бізнесу: навч. посібник* / А. А. Фастовець, І. В. Фисун. – К.: Кондор-Видавництво, 2013. – 302 с.

**Костак З. Р.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **БОРГОВА БЕЗПЕКА УКРАЇНИ**

В сучасних умовах господарювання одним із стримуючих факторів розвитку економіки держави є зростання боргового навантаження, яке, за останні роки, досягло загрозованих меж для фінансової стабільності держави. Так значні обсяги зовнішньої заборгованості призводять не тільки до відтоку бюджетних коштів, але і до посилення боргової залежності на не вигідних для уряду умовах, що негативно позначається на соціально-економічному розвитку країни.

Відповідно до Закону України “Про основи національної безпеки України” [1], боргова безпека – це такий рівень внутрішньої та зовнішньої заборгованості з урахуванням вартості її обслуговування й ефективності використання, який достатній для вирішення соціально-економічних потреб, що не загрожує втратою суверенітету і руйнуванням вітчизняної фінансової системи.

На даний час в Україні надзвичайно гостро стоїть питання зниження рівня боргової залежності, адже за останні роки обсяг державного боргу зростає (табл. 1), а джерела погашення заборгованостей попередніх періодів скорочуються. Негативним явищем у борговій політиці держави є те, що отримані кредити від міжнародних фінансово-кредитних інституцій не мають інвестиційної спрямованості, а використовуються на погашення державного дефіциту чи погашення раніше отриманих кредитів [2, с.76].

Аналізуючи табл. 1, можна помітити, що основний індикатор боргової безпеки – співвідношення загальної суми державного та гарантованого державою боргу до ВВП у 2017 р. скоротився, порівняно із 2016 р., до 71,8 % (хоча гранично допустиме значення 60%). Така ситуація свідчить про високий рівень боргової безпеки держави, який загрожує подальшій співпраці міжнародних фінансово-кредитних інституцій з Україною.

Спіраючись на літературні джерела [2, 3], слід виокремити чинники прямого та опосередкованого впливу, які негативно позначаються на борговій безпеці держави. До чинників прямого впливу відносять: недосконалість нормативно-правової бази, що регламентує формування державного боргу і використання запозичених коштів; неефективне використання позикових фінансових ресурсів, та відсутність системи жорсткого контролю за цільовим характером використання міжнародних кредитів і відповідного державного контролюючого органу; зростання дефіциту державного бюджету; значні обсяги попередніх

заборгованостей за позиками, які надані міжнародними організаціями; різкі коливання офіційного валютного курсу; зростання інфляційних процесів і девальвація національної валюти. Чинником опосередкованого впливу є: політична криза та воєнний конфлікт, який розпочався в 2014 р. і продовжується до сьогодні, що вимагає додаткового фінансування сфери оборони; наявність соціальних та інших зобов'язань держави, що мають виконуватися, незважаючи на економічну нестабільність, передусім забезпечення потреб населення в енергоносіях (природному газі й електроенергії), виконання зобов'язань з виплати пенсій тощо; необхідність додаткових коштів для здійснення структурного реформування та стабілізації економічної ситуації.

Таблиця 1

**Динаміка державного та гарантованого державою боргу України  
упродовж 2013-2017 рр., млн. грн.**

Показники/Роки	на 31.12.2013 р.	на 31.12.2014 р.	на 31.12.2015 р.	на 31.12.2016 р.	на 31.12.2017 р.	Відхилення (+,-), 2017/2013 рр.
Загальна сума державного та гарантованого державою боргу, в т.ч.:	584 786,5	1 100 833,2	1 571 765,6	1 929 758,7	2 141 674,4	1556887,8
Державний борг, у т.ч.:	480218,6	947030,4	1333860,7	1 650 830, 0	1 833710,0	1703491,4
- внутрішній борг	256 959,5	461 003,6	508 001,1	670650	753400	496440,4
- зовнішній борг	223 259,0	486 026,8	825 859,5	980190	1 080,31	-222179,1
Гарантований державою борг, у т.ч.:	104567,9	153802,7	237904,9	278930	307960	203392,1
- внутрішній борг	27129,1	27863,2	21459,4	19080	13280	-13849,2
- зовнішній борг	77438,7	12593,4	216445,4	259840	294690	217251,2
ВВП	1454931	1566728	1 979 458	2 383 182	2 982 920	1527989
Загальна сума державного та гарантованого державою боргу/ВВП, %	40,2	70,3	79,4	80,9	71,8	31,6

Джерело: складено на основі [4]

Сьогодні державна політика у сфері забезпечення боргової безпеки потребує трансформації у відповідності до світових тенденцій та використанням досвіду постсоціалістичних країн-членів Європейського союзу. Менеджмент державного боргу необхідно формувати на принципах середньостроковості та ризик орієнтованості, а стратегічною метою повинно стати підвищення рівня боргової стійкості держави.

Для того, щоб знизити рівень боргової безпеки та підвищити соціально-економічний розвиток в державі необхідно вжити низку конкретних заходів, а саме:

- проводити моніторинг і контролювати розмір дефіциту бюджету та рівень боргової безпеки держави;
- ефективно використовувати міжнародні запозичення, які повинні носити інвестиційний характер і сприяти розвитку малого і середнього бізнесу;
- створити сприятливе інвестиційне середовище завдяки змінам у вітчизняному законодавстві у напрямку захисту прав іноземних інвесторів;
- забезпечити збільшення розміру інвестицій в інноваційну діяльність;
- в управлінському аспекті системно підходити до мінімізації ризиків та загроз, які можуть підвищувати рівень боргової безпеки держави.

Дотримання вищенаведених рекомендацій сприятиме: поліпшенню умов для розвитку бізнес-середовища, пожевленню банківського кредитування, створенню передумов для

залучення інвестицій, відновленню фінансової системи і забезпеченню соціально-економічного зростання в країні.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України "Про основи національної безпеки України" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
2. *Rushchyslyshyn N. Public debt of Ukraine: current status and trends of its optimization / N. Rushchyslyshyn, I. Buchko, & Z. Kostak // Економічний часопис-XXI. – 2016. – № 161 (9-10). – P. 75-78.*
3. Лондар Л. П. Аналіз сучасного стану державного боргу та ключові напрями забезпечення боргової безпеки України // Л. П. Лондар // – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua>.
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minfin.gov.ua>.

**Мединська Т. В.**

к. е. н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ ПОДАТКОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ**

Розвиток інноваційних просторово-інституційних форм підприємницької діяльності в Україні останніми роками характеризується негативною тенденцією. Зокрема, не зважаючи на позитивну динаміку в окремі роки, інноваційно активними у національній економіці залишається невелика кількість підприємств – в середньому 13,1 % впродовж 2010-2015 рр. [1]. Для порівняння у США, Японії, Німеччині й Франції частка інноваційних підприємств становить 70-80 % від їх загальної кількості [2]. Низькою залишається і результативність інноваційної діяльності. Так, частка реалізованої інноваційної продукції у 2010-2014 рр. становила в середньому 3,5 % [1], однак у 2015 р. знизилася до рівня 1,4 %. Таке становище, з-поміж іншого, обумовлено як браком коштів на інноваційний розвиток на самих підприємствах, так і недосконалістю наявної державної системи податкового стимулювання інноваційної діяльності.

Загальні умови створення та функціонування інноваційних просторово-інституційних форм підприємницької діяльності регламентуються низкою нормативно-правових актів. Проте, аналіз їх змісту засвідчує відсутність комплексного інституційного механізму використання податкових важелів та інструментів для розвитку інноваційних просторово-інституційних форм підприємницької діяльності в Україні. Основні положення більшості з цих документів стосуються реалізації загальнодержавних економічних реформ та не спрямовані безпосередньо на розвиток сфери інновацій, що вказує на необхідність комплексного дослідження інституційних засади використання податкових інструментів розвитку просторово-інституційних форм підприємницької діяльності в Україні з метою виявлення недоліків та прогалин у них, а також пошуку пріоритетів та напрямів вдосконалення відповідної нормативно-правової бази.

У 2003 р. набрав чинності Закон України "Про інноваційну діяльність" [3], яким визначено правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлено форми стимулювання державою інноваційних процесів. Згідно із Законом державну підтримку одержали суб'єкти господарювання всіх форм власності, що реалізують в Україні інноваційні проекти, і підприємства всіх форм власності, які мають статус інноваційних.

Найважливіші положення Закону України "Про інноваційну діяльність" [3], які регулюють відносини щодо використання податкових інструментів розвитку просторово-інституційних форм підприємницької діяльності, наведено у табл. 1.

**Основні положення Закону України “Про інноваційну діяльність”, які регулюють відносини щодо використання податкових інструментів розвитку інноваційних просторово-інституційних форм підприємницької діяльності в Україні**

Стаття	Зміст	Чинність
6.1.	Державне регулювання інноваційної діяльності здійснюється шляхом встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності.	чинна
11.2.	Державний контроль у сфері інноваційної діяльності здійснюється центральним органом виконавчої влади, що реалізує єдину державну податкову політику.	чинна
21.	Впродовж строку чинності свідоцтва про державну реєстрацію інноваційного проєкту і за умови, що виконання проєкту розпочато не пізніше вісімнадцяти місяців від дати його державної реєстрації, оподаткування об'єктів інноваційної діяльності здійснюється у порядку, за яким 50% ПДВ по операціях з продажу товарів (виконання робіт, надання послуг), пов'язаних з виконанням інноваційних проєктів, і 50% податку на прибуток, одержаний від виконання цих проєктів, залишаються у розпорядженні платника податків, зарховуються на його спеціальний рахунок і використовуються ним виключно на фінансування інноваційної, науково-технічної діяльності і розширення власних науково-технологічних і дослідно-експериментальних баз.	чинність призупинено на 2003 – 2004 рр.; у 2005 р. статтю вилучено із Закону
22.	Необхідні для виконання пріоритетного інноваційного проєкту, яким передбачається випуск інноваційного продукту, щодо якого прийнята постанова КМУ про його особливу важливість, сировина, устаткування, обладнання, комплектуючі та інші товари (крім підкацизних товарів), які не виробляються в Україні або виробляються, але не відповідають вимогам проєкту, при ввезенні в Україну протягом строку чинності свідоцтва про державну реєстрацію інноваційного проєкту звільняються від сплати ввізного мита та ПДВ. Номенклатура та обсяги ввезення сировини, матеріалів, устаткування, обладнання, комплектуючих та інших товарів мають бути визначені в інноваційному проєкті перед його державною реєстрацією.	чинність призупинено на 2003 – 2004 рр.; у 2005 р. статтю вилучено із Закону

*Джерело: складено автором за даними [3]*

Отже, початкові етапи формування законодавства щодо регулювання інноваційної діяльності в Україні характеризувалися наявністю суттєвих податкових преференцій для інноваційних підприємств. Проте, передбачені пільги так і не набули практичного застосування для суб'єктів інноваційної діяльності, оскільки їх дія, починаючи з 2003 р., щорічно призупинялася законами про Державний бюджет на відповідний рік.

З прийняттям у 2011 р. Податкового кодексу України (далі – ПКУ) підходи та принципи надання пільг інноваційним просторово-інституційним формам підприємницької діяльності в Україні дещо змінилися. Так, податкові преференції надаються, виходячи з видів діяльності суб'єкта господарювання, а не за принципом територіальної приналежності (залежно від території, на якій здійснюється інноваційна діяльність).

Відповідно до ст. 4 ПКУ, встановлення і скасування податків та зборів, а також пільг їх платникам (у тому числі і суб'єктам інноваційної діяльності) може здійснюватися як Верховною Радою України, сільськими, селищними, міськими радами у межах їх повноважень. Разом з тим, режим оподаткування просторово-інституційних форм підприємницької діяльності ПКУ не визнається як спеціальний податковий режим. Таким чином, Податковим кодексом України фактично регламентовано лише механізм використання податкових преференцій для розвитку інноваційних просторово-інституційних форм підприємницької діяльності, а перелік конкретних важелів та інструментів, а також обсягу (в грошовому еквіваленті) преференцій встановлюється щорічно в межах законодавства про Державний бюджет та відповідних рішень місцевих органів влади. Ми вважаємо, що щорічне встановлення податкових преференцій для інноваційних просторово-інституційних форм підприємницької діяльності ускладнює середньо- та довгострокове планування відповідним суб'єктом бізнесу. А, відтак, необхідним є розроблення механізму середньо- та довгострокового податкового стимулювання інноваційної діяльності, а також встановлення

чітких правил застосування штрафних санкцій за порушення податкового та митного законодавства суб'єктами інноваційної діяльності.

У 2012 р. було прийнято Закон України “Про індустриальні парки”, яким передбачено стимулюючі заходи щодо функціонування зазначених інноваційних просторово-інституційних форм підприємницької діяльності.

Механізм надання податкових пільг зі сплати місцевих податків і зборів для ініціаторів створення, керуючих компаній та учасників індустриальних парків регламентується ст. 266, ст. 284 та ст. 288 ПКУ. Так щорічно за рішенням відповідних органів місцевого самоврядування:

1) встановлюються пільги з податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, що сплачується на відповідній території, з об'єктів житлової та/або нежитлової нерухомості, що перебувають у власності фізичних або юридичних осіб;

2) встановлення пільг щодо земельного податку, що сплачується на відповідній території;

3) встановлення мінімального розміру орендної плати за оренду земельних ділянок державної і комунальної власності.

Крім вищезазначеного, інструментами підтримки розвитку індустриальних парків на місцевому рівні можуть бути: а) виділення коштів з місцевого бюджету для фінансування робіт із забезпечення інженерною інфраструктурою певних земельних ділянок або створення умов для доступу до цих ділянок; б) сприяння на місцевому рівні оформленню всіх дозвільних та інших документів, необхідних для реалізації проектів; в) організаційна та фінансова участь у наборі та організації навчання потенційних і діючих співробітників компаній-суб'єктів індустриальних парків.

При цьому, усі зазначені преференції щодо місцевої підтримки функціонування індустриальних парків можуть бути передбачені в договорі про створення та функціонування індустриального парку.

Пільговий режим щодо оподаткування діяльності підприємств, які входять до індустриальних парків регламентується також Митним кодексом України. Ст. 287 Митного кодексу [4] встановлено, що при ввезенні на митну територію України від оподаткування митом звільняються устаткування, обладнання та комплектуючі до них, матеріали, що не виробляються в Україні, які не є підакцизними товарами та ввозяться ініціаторами створення – суб'єктами господарювання, керуючими компаніями індустриальних парків для облаштування індустриальних парків, а також учасниками індустриальних парків – для здійснення господарської діяльності у межах індустриальних парків. При цьому, вивільнені кошти повинні спрямовуватися відповідними суб'єктами на:

1) облаштування індустриальних парків, у тому числі з використанням новітніх, енергозберігаючих технологій;

2) запровадження новітніх технологій, пов'язаних з господарською діяльністю у межах індустриальних парків;

3) збільшення випуску продукції та зменшення витрат за видами господарської діяльності, передбаченими цим Законом, у межах індустриальних парків;

4) здійснення науково-дослідної діяльності у межах індустриальних парків;

5) повернення кредитів та оплати інших запозичень, використаних на облаштування індустриальних парків та здійснення у їх межах господарської діяльності, а також для сплати відсотків за такими кредитами та запозиченнями.

Іншими можливостями державної підтримки розвитку індустриальних парків у частині пільгового оподаткування митними платежами є:

1. Звільнення від сплати ввізного мита з метою інвестування на підставі зареєстрованих договорів (контрактів) або як внесок іноземного інвестора до статутного капіталу підприємства з іноземними інвестиціями – відповідно до ст. 280 Митного кодексу України.

2. Ввезення за пільговими ставками ввізного мита (до 0%) товарів, що походять з держав-членів Світової організації торгівлі, або з держав, з якими Україна уклала двосторонні

або регіональні угоди щодо режиму найбільшого сприяння, в т.ч. з ЄС і Канадою – відповідно до ст. 280 Митного кодексу України.

3. Ввезення без сплати ввізного мита устаткування, яке працює на відновлюваних джерелах енергії, енергозберігаючого обладнання і матеріалів, засобів вимірювання, контролю та управління витратами паливно-енергетичних ресурсів, обладнання та матеріалів для виробництва альтернативних видів палива або для виробництва енергії з відновлюваних джерел енергії – відповідно до ст. 282 Митного кодексу України.

Деяко подібними за організацією до СЕЗ в Україні є наукові та технологічні парки, механізм створення та діяльності яких регулюється відповідним законодавством. Зокрема, ст. 19 Закону України “Про наукові парки” [5] регламентовано звільнення від оподаткування ввізним митом наукового, лабораторного і дослідницького обладнання, комплектуючих та матеріалів для виконання проєктів наукових парків. При цьому, відповідно до ст. 287 Митного кодексу України [4], звільнення від сплати ввізного мита надається на весь строк реалізації проєкту наукового парку, але не більше ніж на 2 роки для обладнання та не більше ніж на 1 рік для комплектуючих і матеріалів з дня затвердження Кабінетом Міністрів України зазначеного переліку та обсягів товарів.

Проведене дослідження інституційних засад використання податкових інструментів розвитку інноваційних просторово-інституційних форм підприємницької діяльності в Україні дозволяє зробити наступні висновки:

1. Податкові пільги, передбачені Податковим кодексом України, на практиці стимулюють розвиток певної галузі, без урахування інноваційної компоненти. На противагу цьому, за кордоном пільги надаються не галузям, а процесам технологічного і технічного оновлення, незалежно від галузевої приналежності чи місця розташування. Актуальним, з врахуванням міжнародного досвіду, є формування податкових преференцій з урахуванням саме інноваційної складової певного проєкту.

2. Існування компенсаційного впливу фіскальних інструментів на розвиток інноваційного бізнесу, який, на наш погляд, повинен бути стимулюючим.

3. Розрив між формально встановленим законодавчим забезпеченням розвитку інноваційного бізнесу та його практичною реалізацією, зумовлений, серед іншого, складними внутрішньою та зовнішньою ситуацією, політичними та економічними факторами (потягом останніх років податкова політика України була спрямована на вирішення нагальних поточних соціально-економічних проблем, пов'язаних з АТО, анексією територій та руйнуванням інфраструктури).

З огляду на зазначене, перспективою вдосконалення чинного законодавства України в частині використання податкових інструментів розвитку просторово-інституційних форм підприємницької діяльності є створення окремого базового блоку щодо регулювання діяльності інноваційних підприємств у Податковому кодексі. Такий блок як “спеціальні податкові режими” сьогодні створено для регулювання діяльності підприємств, які перебувають на спрощеній системі обліку та звітності, а також для сільськогосподарських підприємств. Вважаємо, це дозволить усунути суперечності в положеннях нормативно-правових актів, що регламентують зазначений аспект державного регулювання економікою, а також уникнути подвійного оподаткування та зловживань зі сторони контролюючих органів.

#### **Список використаних джерел**

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

2. Касич А. О. Інноваційна активність підприємств України: динаміка, проблеми та шляхи вирішення / А. О. Касич, К. О. Катулікова // Інвестиції: практика та досвід : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.investplan.com.ua/pdf/22\\_2016/7.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/22_2016/7.pdf).

3. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4.07.2002 р № 40-IV із змінами та доповненнями : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

4. Митний кодекс України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sfs.gov.ua>.

5. Про наукові парки : Закон від 25.06.2009 № 1563-VI із змінами та доповненнями : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1563-17>.

## ПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ У ФОРМУВАННІ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Місцеві бюджети є основними фінансовими планами кожної адміністративно-територіальної одиниці. Слід зазначити, що створенню проєктів місцевих бюджетів передують розроблення прогнозних показників плану економічного й соціального розвитку регіону, які є основою для складання проєктів бюджетів. Прогнозні показники плану економічного й соціального розвитку регіонів розробляються на підставі основних прогнозних макропоказників економічного та соціального розвитку України на плановий рік.

Зростання наукового інтересу до структурних змін формування доходної складової місцевих бюджетів (в тому числі податкових надходжень) зумовлюється теоретичними і практичними потребами розвитку місцевого самоврядування, реформами у сфері бюджетної децентралізації місцевих бюджетів України та подальшого зміцнення фінансової спроможності територіальних громад і регіонів.

Досліджуючи формування доходів місцевих бюджетів, необхідно зауважити, що дана категорія виступає не тільки частиною основного фінансового інституту в системі органів місцевого самоврядування, а й займає центральне місце в економічній системі кожної держави. Крім того місцеві бюджети, а отже і доходи місцевих бюджетів, є найбільшою складовою бюджетної системи держави, вони також займають вагомe місце в перерозподілі валового національного продукту, здійсненні соціального захисту населення, проведенні інституційної політики та охороні навколишнього природного середовища.

У статті 2.19 Бюджетного кодексу України, визначення доходів місцевого бюджету подано як усі податкові, неподаткові та інші надходження на безповоротній основі, справляння яких передбачено законодавством України (трансферти, дарунки, гранти), а коштик доходів бюджетів місцевого самоврядування за статтею 2.23 визначається як податки і збори (обов'язкові платежі), закріплені на постійній основі за бюджетами місцевого самоврядування та враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів [1]. Перелік податків, що закріплюються за бюджетами органів місцевого самоврядування, повинен складатися з тих, обсяги надходжень яких є значними від результатів діяльності конкретної території, а також тих, які можуть сформувати їх стабільну доходну базу.

Проаналізуємо структуру доходів місцевих бюджетів України згідно з бюджетною класифікацією (рис. 1).

Як видно на рис. 1, у структурі доходів місцевих бюджетів значна частка належить податковим надходженням, які мають тенденцію до збільшення протягом останніх років. У 2016 р. до місцевих бюджетів надійшло 146,9 млрд грн податкових надходжень, що на 48,7 млрд грн, або на 49,6 %, більше, ніж у попередньому році, у 2015 р. у порівнянні з 2014 р., податкові надходження до місцевих бюджетів України збільшилися на 22,9 млрд грн.

Рівень виконання податкових надходжень становив 111,4 % річного плану, перевиконання відбулося за всіма основними податковими джерелами наповнення місцевих бюджетів: податком на доходи фізичних осіб (108,5 %), акцизним податком на роздрібний продаж підакцизних товарів (110,9 %), рентною платою та платою за використання інших природних ресурсів (112,0 %), податком на прибуток підприємств (125,3 %), орендною платою за землю, що сплачується юридичними особами (109,0 %), єдиним податком (115,9 %) тощо.

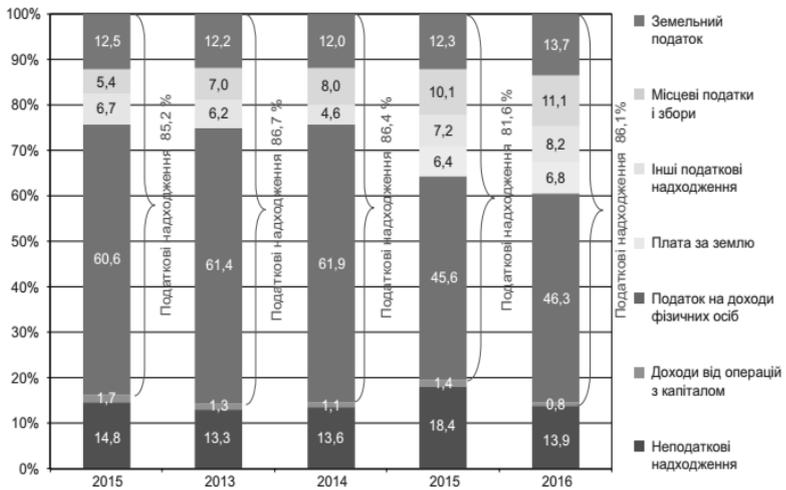


Рис. 1. Структура доходів місцевих бюджетів України за 2012-2016 роки (побудовано авторами за даними [2])

Одним із важливих податків, що є джерелом податкових надходжень місцевих бюджетів, залишається податок з доходів фізичних осіб, який продовжує зберігати позицію найвагомішого за обсягом джерела дохідної частини місцевих бюджетів – 46% від загальних податкових надходжень до місцевих бюджетів. Тенденція до зростання фіскальної ролі податку з доходів фізичних осіб є позитивною, однак необхідно об'єктивно оцінювати чинники такого зростання: чи це відбувається за рахунок розширення об'єкта оподаткування, чи за рахунок зростання податкової бази. В Україні протягом останніх років зростання надходжень податку з доходів фізичних осіб відбувалося значно швидшими темпами, ніж зростання номінальних доходів громадян, а збільшення надходжень від податку з доходів фізичних осіб відбувається внаслідок значного податкового навантаження на фізичних осіб – сумлінних платників податків (переважно найманих працівників) та посилення контрольно-перевірочної роботи з боку фіскальної служби [3, с. 161].

Оскільки самостійність місцевих бюджетів гарантується власними та закріпленими за ними на стабільній основі частками загальнодержавних доходів, правом самостійно визначати напрями використання коштів, вважаємо, що частка податкових надходжень місцевих бюджетів у їхній структурі має зростати. Тенденція до збільшення цих показників є позитивною складовою в аналізі податкових надходжень до місцевих бюджетів України.

Згідно Європейської хартії місцевого самоврядування частина фінансових ресурсів органів місцевого самоврядування формується за рахунок місцевих податків та зборів, розмір яких вони мають повноваження встановлювати в межах закону. У цьому аспекті важливу роль в Україні відіграє децентралізація у державному управлінні, внаслідок чого виконання певного ряду повноважень передається місцевим органам влади.

Наприкінці 2014 року розпочався четвертий етап розвитку фінансової децентралізації в Україні, з цього моменту проведення реформ у сфері місцевого самоврядування належить до пріоритетних завдань уряду, серед яких найбільш значущим виявилось ухвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні. Концепція визначає напрями, механізми і терміни формування ефективного місцевого самоврядування та територіальної організації влади для створення і підтримки

повноцінного життєвого середовища для громадян, надання високоякісних і доступних послуг, задоволення інтересів громадян у усіх сферах життєдіяльності [4].

Суттєві зміни у бюджетному й податковому законодавствах, що вже відбулися і вступили в дію у 2015 році, дали можливість місцевим бюджетам залучити з державного бюджету плату за надання інших адміністративних послуг і державне мито. Надходження до загального фонду розширено за рахунок передання із спеціального фонду екологічного податку, єдиного податку та податку на нерухоме майно, які раніше були джерелами формування бюджету розвитку. Також зміни стосуються закріплення за місцевими бюджетами стабільних джерел, а саме податку на доходи фізичних осіб за новими нормативами й податку на прибуток підприємств, зарахування до місцевих бюджетів збору з роздрібного продажу підкацизних товарів, збільшення відсотка екологічного податку. Внесені зміни дали місцевим бюджетам можливість використовувати кошти на різні цілі, а не тільки на видатки капітального характеру [5, с. 613].

Із 2015 р. в контексті бюджетної децентралізації на місцевому рівні запроваджений новий акцизний податок з реалізації суб'єктами господарювання в сфері роздрібно торгівлі підкацизних товарів за ставкою 5% від їх вартості. Досвід його справляння впродовж 2015 року виявився успішним: надходження становили 7,7 млрд грн або 6,4% доходів місцевих бюджетів без урахування трансфертів. По мірі наближення до виконання річний план щомісячно коригувався. Так надходження були понад як у 2 рази більше плану, який був затверджений у березні (3,5 млрд грн) та на 17,4% більше грудневого плану (6,5 млрд грн) минулого року. У 2016 році з цього джерела надійшло 11,6 млрд грн, що на 3,9 млрд грн, або на 51,3%, більше, ніж у 2015 році. Частка цього податку у загальних надходженнях місцевих бюджетів становить 6,7 %, що робить його четвертим за обсягом податковим джерелом [2]. У місцевій владі вперше з'явився реальний інтерес до локальної боротьби з нелегальним виробництвом та обігом, а також контрабандою підкацизних товарів з метою наповнення власних бюджетів.

Отже, проаналізувавши податкові надходження у доходній частині місцевих бюджетів, можна зробити висновки, що бюджетна система України потребує подальших реформ на шляху завершення децентралізації місцевого самоврядування з наділенням ширшими повноваженнями місцевих органів влади, вдосконаленням законодавчої бази для оптимізації механізму формування, розподілу та перерозподілу державних доходів.

Виходячи з представленого аналізу структурних змін у формуванні податкових надходжень місцевих бюджетів, внаслідок запровадження децентралізації дає підстави визнати останню як прорив у місцевому самоврядуванні, оскільки місцеві бюджети наростили дохідну базу, оптимізували видаткову частину, що створило умови для набуття повної фінансової самостійності органами місцевого самоврядування та розвитку кожної територіальної громади.

#### **Список використаних джерел**

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>.
2. Бюджетний моніторинг: аналіз виконання бюджету за 2016 рік : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ibser.org.ua/news/558/>.
3. Медиська Т. В. Фіскальна роль податку з доходів фізичних осіб у доходах місцевих бюджетів / Т. В. Медиська, Р. Р. Яворський // Розвиток соціально-економічних систем у трансформаційних умовах : матеріали V міжнар. наук.-практ. конф. студентів і молодих учених (27-28 січня 2016 р). – Бердянськ : Видавець Ткачук О. В., 2016. – С. 161.
4. Про Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 року № 333-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show>.
5. Медиська Т. В. Сучасні тенденції формування і розподілу доходів місцевих бюджетів України / Т. В. Медиська, Х. Ю. Галас // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – № 21. – С. 609-614.

## **ОСНОВНІ ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ**

На сучасному етапі економічного розвитку одним з важливих напрямів забезпечення стабільної та ефективної роботи підприємства є вдосконалення системи фінансового управління як основи його діяльності. Розробка та застосування ефективних оптимізаційних процесів обслуговування заборгованості, як її складової, дозволить уникнути фінансових потрясінь та забезпечити ефективну фінансово-господарську діяльність. Управління заборгованістю є нагальною потребою для українських суб'єктів господарювання через жорсткі умови конкуренції, обмеженість фінансових і економічних ресурсів, короткими термінами надання товарних кредитів, низькою платоспроможністю та діловою активністю контрагентів. Його необхідно застосовувати в системі фінансового управління підприємством за допомогою гнучкого механізму найбільш ефективних зв'язків з зовнішнім економічним середовищем та за рахунок впливу на напрями руху та ефективність використання фінансових потоків підприємства.

Одним із основних напрямів забезпечення успішної фінансової діяльності підприємства є оптимізація процесів формування і обслуговування заборгованості. Загальним оцінювальним критерієм оптимізації має бути зменшення негативного впливу виконання або невиконання наявних зобов'язань на господарську діяльність підприємства. Як часткові критерії можна прийняти мінімізацію штрафних санкцій за несвочасне виконання зобов'язань, зменшення втрат від реалізації активів для погашення заборгованості або, якщо підприємство не має проблем з виконанням зобов'язань, то максимізацію наявних у розпорядженні підприємства вільних коштів. Дуже важливу роль у побудові довготривалих засад успішної діяльності підприємств відіграє оцінка ризиків, пов'язаних із обслуговуванням зобов'язань, та встановлення оптимальних меж боргового навантаження на кожний період часу.

До найбільш типових проблем у сфері фінансового управління заборгованістю вітчизняних підприємств можна віднести:

- прорахунки у формуванні обсягів і термінів дебіторської та кредиторської заборгованостей;
- завищена оцінка позитивних грошових потоків;
- надмірне вилучення коштів унаслідок прийняття за основу необґрунтовано оптимістичних сценаріїв розвитку ситуації;
- недотримання пріоритетності погашення різних видів зобов'язань.

Недостатня обґрунтованість прийняття управлінських рішень в системі управління заборгованістю призводить до значних втрат. Саме в оптимізації цих процесів є істотні резерви забезпечення платоспроможності підприємств, що зумовлює необхідність використання ефективних інструментів, які дозволяють здійснювати комплексне планування і вибір оптимальних параметрів обслуговування заборгованості. Одним із таких інструментів є формування механізму управління заборгованістю підприємства. Застосування цього інструментарію дозволяє формувати механізм для визначення ефективних напрямів використання фінансових ресурсів і вибором оптимальних управлінських рішень при обмеженості цих ресурсів. Фінансова стабільність підприємства може базуватись лише на системному підході в загальній системі управління, який полягає у формуванні механізму управління заборгованістю, що ґрунтується на комплексному управлінні всіма елементами його діяльності та дозволить досягти максимального рівня фінансової рівноваги в процесі функціонування і розвитку підприємства.

Суттєвою проблемою для кожного суб'єкта господарювання є забезпечити високий рівень оборотності заборгованості, і відповідно до виду заборгованості, бути переведеною в засіб платежу або своєчасно погашеною. Для цього необхідно задіяти систему постійного моніторингу збалансованості обсягів всіх видів заборгованості, відстежувати їх реальний

стан та якість. Погашення заборгованості в визначені фінансовою політикою терміни – це можливість підвищення платоспроможності підприємства через наповнення обіговим капіталом за рахунок внутрішніх джерел.

Механізм управління заборгованістю підприємства буде залежати від оптимального формування і використання його складових. У сучасних ринкових умовах підприємствам необхідно акцентувати увагу на захист від внутрішніх і зовнішніх загроз та використання можливості щодо забезпечення реалізації стратегічних завдань розвитку.

Процес управління заборгованістю повинен враховувати наявність ризиків при здійсненні розрахунків між суб'єктами господарювання в процесі здійснення діяльності. До таких ризиків відносять: операційні, фінансові, ринкові, непередбаченої конкуренції, вибору ненадійного контрагента, реалізаційні, кредитні тощо. Ідентифікація і вплив на даний вид ризиків як особливої складової механізму управління є способом захисту інтересів підприємства від неплатежів і умовою прийняття оптимальних управлінських рішень.

Якісне інформаційне забезпечення управління заборгованістю дозволить оперувати актуальною, своєчасною та достовірною інформацією щодо стану, складу і структури окремих її видів. Внутрішня управлінська звітність забезпечить формування інформації у такому вигляді (з обсязі, яка необхідному для проведення ґрунтовного аналізу з врахуванням специфіки і особливостей діяльності підприємства. Ефективний фінансовий менеджмент заборгованості можливий за умови наявності моніторингу та аналізу повної та достовірної інформації щодо динаміки обсягів, оптимізації та характеристики заборгованості за різноманітними видами.

Суб'єктами управління заборгованістю є менеджери підприємства, що визначають параметри даного виду фінансової політики та в подальшому забезпечують їх виконання та дотримання. Об'єктами є заборгованість в цілому, а саме: за товари, роботи, послуги; за розрахунками (з бюджетом, за виданими авансами, з нарахованих доходів, із внутрішніх розрахунків); надані і отримані позики і кредити; інша заборгованість.

Ефективність функціонування механізму управління заборгованістю базується на певних принципах: повноти; достовірності; оперативності; етапності; динамічності; безперервності; збалансованості. Усі принципи є важливими для побудови ефективного механізму управління заборгованістю підприємства.

Основними складовими елементами механізму є сукупність визначених функцій: встановлення цілей, планування, організації, мотивації, внутрішнього контролю діяльності з управління заборгованістю. Механізм управління заборгованістю має ґрунтуватись на використанні різноманітних методів щодо зменшення простроченої або сумнівної заборгованості, зокрема:

- психологічні – налагодження якісних комунікацій з контрагентами;
- економічні – застосування фінансових санкцій;
- юридичні – претензійна робота, досудове переписування, подача позову в господарський суд;
- альтернативні інструменти – взаємозалік, реструктуризація, погашення заборгованості шляхом використання третіх осіб тощо. Особливими є інструменти, що можуть використовуватись в управлінні заборгованістю є процес клірингу, факторинг, застава, аутсорсинг, гнучка розрахункова політика тощо.

На наш погляд, важливою складовою механізму є внутрішній контроль за оптимальністю і виконанням планових індикаторів в системі управління заборгованістю. Контроль, моніторинг та внесення, за необхідності, коректив в планові завдання є важливим елементом, що впливає на стан фінансової стабільності підприємства за рахунок врахуванням умов здійснення діяльності. Моніторинг рівня заборгованості дозволить оцінювати ефективність та своєчасність формування і погашення заборгованості, якість розрахункової політики, її вплив на рівень дохідності і прибутковості суб'єктів бізнесу.

Ефективність управлінських рішень базується на вчасній обробці аналітичної фінансової інформації. При цьому основною рішень, що приймаються під час фінансового управління є оцінка

ефективності різних методів її оптимізації, а також оцінка справедливої вартості заборгованості. Моніторинг управління заборгованістю підприємства слід проводити шляхом безперервного отримання та використання інформації щодо фінансового стану та відслідковувати динаміку змін для прийняття своєчасних управлінських рішень. Результативність управління заборгованістю залежить від наявності сформульованої і збалансованої фінансової політики підприємства, оптимальних індикаторів заборгованості. В сучасних економічних умовах для підприємства є неможливим повне уникнення заборгованості. Для того, щоб мінімувати негативний вплив заборгованості на фінансовий стан суб'єкта господарювання, її обсяг необхідно утримувати в межах певного допустимого значення, на величину якого впливає низка факторів. Для ефективного управління заборгованістю необхідно зосередити увагу саме на характері впливу факторів, які зумовили виникнення та існування зобов'язань.

Якість формування заборгованостей визначається їх структурою та співвідношенням, тобто ступенем відповідності термінів надходження коштів до термінів розрахунків, своєчасністю їх здійснення за зобов'язаннями. Кількісно якість управління характеризується певною системою показників. До першої групи включені показники, що характеризують структуру заборгованостей щодо їх видів і форм. Ця група містить показники, що визначають частку в складі заборгованостей: товарної (комерційної), у тому числі простроченої, розрахункової, у тому числі зовнішньої, внутрішньої, за авансовими платежами, іншої заборгованості. Показники структури заборгованостей характеризують тип обраної фінансової політики підприємством і її відповідність зовнішнім і внутрішнім умовам господарювання.

Друга група показників якості управління характеризує співвідношення статей активів та пасивів, відповідних елементів заборгованостей. До них віднесені: коефіцієнти ліквідності; коефіцієнт забезпечення поточних зобов'язань дебіторською заборгованістю; коефіцієнти співвідношення дебіторської та кредиторської заборгованостей у цілому, а також товарної, у т.ч. простроченої, та розрахункової складових.

Запровадження в систему фінансового управління запропонованих напрямів оптимізації заборгованості підприємства дозволить підвищити якість і ефективність як управління заборгованістю вітчизняних підприємств, так і позитивно вплинути на фінансову стабільність його діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. Бродська І. І. Ефективність управління дебіторською та кредиторською заборгованостями підприємства: обліково-аналітичний аспект / І. І. Бродська // *Економічні науки*. – 2012. – Вип. 9(2). – С. 75-81. – *Серія*: Економіка та менеджмент.
2. Мицак О. В. Ідентифікація та методика оцінювання фінансової стійкості підприємств для забезпечення фінансової рівноваги / О. В. Мицак, І. Р. Чуй, О. І. Демковська // *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Львів: Видавництво ЛТЕУ – Вип. 51. – 2016 – (Серія економічна).
3. *Фінансові механізми та інструменти подолання дисбалансів соціально-економічного розвитку України: монографія / За ред. д. е. н., проф. Т. Г. Васильчівка*. - Львів: Видавництво ТзОВ "Ліга-Пресс". – 2016. – 596 с.

**Руцишин Н. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ БАНКІВ: ЇХ ЗНАЧЕННЯ ТА ТЕНДЕНЦІ ФОРМУВАННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Ефективна діяльність банків можлива лише за наявності достатнього обсягу фінансових ресурсів. Від якості та кількості фінансових ресурсів залежить досягнення поставлених стратегічних цілей банків, стабільність їх розвитку та конкурентоспроможність на ринку.

Проблеми ресурсного забезпечення діяльності банків, залежності між обсягом, складом ресурсів та досягнутими результатами діяльності актуалізовані сучасними

динамічними процесами розвитку економіки. Зміцнення ресурсного потенціалу банків є передумовою поживлення інвестиційної активності та забезпечення сталого економічного зростання.

Значення ресурсної бази в банківській діяльності є визначальною. Це проявляється перш за все в тому, що від обсягу і структури ресурсів залежать масштаби і види активних операцій, а, отже, розміри доходів і прибутків банків. Зростання ресурсної бази сприяє розвитку комерційних банків в цілому.

Збільшення обсягів банківських ресурсів, при одночасному використанні банками різноманітних видів рахунків, дозволяє підвищити рівень контролю та довіри учасників розрахункових операцій при здійсненні процесів оплати продукції, робіт, послуг споживачами, оптимізувати структуру грошового обігу шляхом збільшення частки безготівкових розрахунків, підвищувати стабільність та керованість курсу гривні, а також стимулювати використання пластиків карток при розрахунках, що відповідає завданням залучення до користування ними як можна більшої кількості суб'єктів економіки [1, с. 199].

Ресурсна база комерційних банків має важливе значення для стабілізації банківської системи, підвищення рівня ліквідності і керованості комерційних банків, що створює важливі передумови для розвитку економіки країни. Обсяг фінансових ресурсів визначає їхній попит на фінансовому ринку й безпосередньо впливає на розмір процентних ставок як за пасивними, так і за активними операціями.

Ресурси комерційних банків в Україні є важливим, якщо не провідним, джерелом інвестування економіки. Це обумовлено двома групами чинників. З одного боку, стабілізація економіки та підвищення добробуту економічних суб'єктів, при посиленні їх впевненості в сталості грошової одиниці та надійності банківської системи, сприяють зростанню заощаджень. З другого боку, вкрай низька розвиненість фондового ринку та низький рівень довіри до суб'єктів цього ринку, слабка правова захищеність інтересів кредиторів грошового ринку взагалі спричиняють незначну роль фондового ринку в спрямуванні заощаджень на інвестиційні потреби. В цих умовах найбільш дієвим механізмом такого спрямування виявилось банківське кредитування, передумовою якого виступає формування ресурсної бази, в т. ч. і за рахунок заощаджень [2, с.70].

Фінансові ресурси банків мають конкретну структуру, тобто певне співвідношення між власними коштами та зобов'язаннями банку, що складається під впливом конкретних умов: їх універсалізації чи спеціалізації, кредитної стратегії й тактики, обсягу послуг, які пропонують клієнтам, і, звичайно, стану економіки країни. Розгляд питань мобілізації банківських ресурсів неможливий без ґрунтовного аналізу їх складу та структури. Дослідження діючої системи створення ресурсної бази банків потребує аналізу проблем формування і поповнення власного капіталу та мобілізації залучених і запозичених коштів, а також розгляду шляхів удосконалення цих процесів. Зміни, які відбулися в складі фінансових ресурсів банківської системи України протягом останніх п'яти років відображені у табл. 1.

За 2013-2017 рр. банки України розширили масштаби своєї діяльності. Фінансові ресурси банків збільшилися на 72894725 тис. грн., із 1277508651 тис. грн. на 01.01.2014 р. до 1350403376 тис. грн. на 01.01.2018 р., тобто їх обсяг зріс у 1,1 рази.

Зобов'язання банків України за досліджуваний період збільшилися із 1084909687 тис. грн., до суми 1190551656 тис. грн., тобто за останні п'ять років вони зросли на 105641969 тис. грн., або в 1,1 рази, а їх питома вага у загальній сукупності фінансових ресурсів збільшилась з 84,9 % на 01.01.2014 р. до 88,2 % на 01.01.2018 р. (рис. 1). Найбільшого значення питома вага зобов'язань банків досягла на 01.01.2016 р. та на 01.01.2017 р., а саме понад 90 %, що свідчить про приплив залучених і позичених коштів в банківську систему України.

Залучені ресурси українських банків зросли із 747310048 тис. грн. на 01.01.2014 р., до 1040644638 тис. грн. на 01.01.2018 р., тобто на 293334590 тис. грн. (1,4 рази). Їх питома вага в загальній сукупності фінансових ресурсів за аналізований період поступово зростала з 58,5

% на 01.01.2014 р. до 77,1 % на 01.01.2018 р. тобто на 18,6 %.

Таблиця 1

**Динаміка складу фінансових ресурсів банків України за 2013-2017 рр.**

(складено на основі [3])

(тис. грн.)

Показники	на 01.01.2014 р	на 01.01.2015 р.	на 01.01.2016 р.	на 01.01.2017 р.	на 01.01.2018 р.	Відхилення (+, -, 2017/2013 рр.	Темп змін 2017/2013 рр., рази
Фінансові ресурси банків України	1277508651	1316717870	1252570443	1274731581	1350403376	72894725	1,1
у тому числі:							
1. Зобов'язання	1084909687	1168655263	1157 656 583	1150 057 521	1190551656	105641969	1,1
з них:							
1.1. Залучений капітал	747310048	801076521	860010904	968 889198	1040644638	293334590	1,4
1.2. Позичений капітал	261206935	335251072	274369387	157056028	104259084	-156947851	0,4
1.3. Інші зобов'язання	76392703	32327670	23276292	24112295	45647934	-30744769	0,6
2. Власний капітал	192598964	148062606	94913860	124674060	159851720	-32747244	0,8

Позичені ресурси банків України зменшились на 156947851 тис. грн., тобто у 0,4 рази. Їх частка у загальній сукупності фінансових ресурсів українських банків поступово зменшувалась з 20,4 % на 01.01.2014 р. до 7,7 % на 01.01.2018 р.

За аналізований період інші зобов'язання банків України зменшились з 76392703 тис. грн. на 01.01.2014 р. до 45647934 тис. грн. на 01.01.2018 р., тобто на 30744769 тис. грн. або у 0,6 рази. Їх частка у фінансових ресурсах банківської системи України щороку змінюється і за 2013-2017 рр. зменшилась на 2,6 %.

Динаміка структури фінансових ресурсів банків України за 2013-2017 рр. відображена на рис. 1.

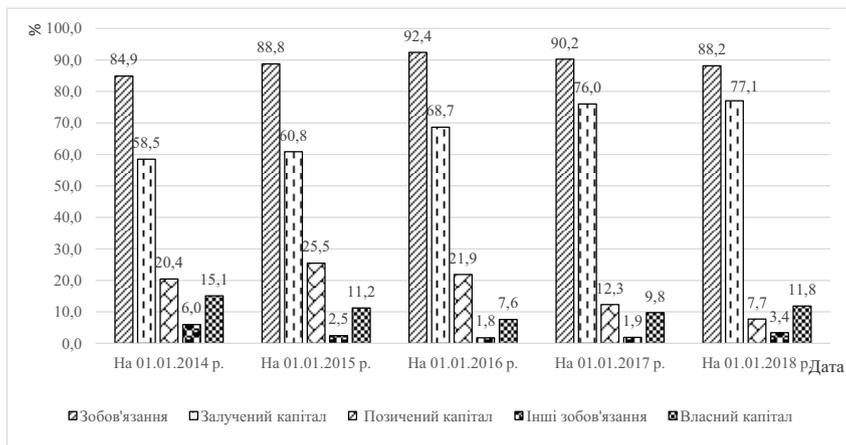


Рис. 1. Динаміка структури фінансових ресурсів банків України за 2013-2017 рр.

(складено на основі [3])

Власний капітал банків України за 2013-2017 рр. зменшився на 32747244 тис. грн. або в 0,8 рази, і станом на 01.01.2018 р. становив 159851720 тис. грн. Його питома вага у загальній сукупності фінансових ресурсів банків України зменшилась на 3,3 % з 15,1 % на 01.01.2014 р. до 11,8 % на 01.01.2018 р.

Як бачимо, головним джерелом фінансових ресурсів банків України на початок 2018 р. є залучений та запозичений капітал, що складає понад 80 % загального обсягу ресурсів, а частка власного капіталу у загальній структурі фінансових ресурсів становить понад 10 %.

Отже, склад і структура банківських фінансових ресурсів визначається специфікою діяльності банківських установ, які, з одного боку виступають як фінансові інститути, що беруть участь у перерозподілі фінансових ресурсів, а з іншого – як суб'єкти господарювання, які використовують фінансові ресурси у своїй діяльності. Поряд з тим, фінансові ресурси відіграють в діяльності банківських установ визначальну роль, бо саме від їх стану залежить успішність банківської діяльності та розвиток банківської системи України в цілому. Збалансована ресурсна база банків є основою їх фінансової стійкості і сприяє задоволенню поточних та інвестиційних потреб.

#### **Список використаних джерел**

1. Нескородєва І. І. Дослідження сутності фінансових ресурсів банку / І. І. Нескородєва, Ю. І. Єфімова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 38. – С. 199-203.
2. Землячов С. В. Сутність, джерела формування та значення ресурсної бази комерційних банків / С. В. Землячов: [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Національного банку України: [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

**Гришук Д. В.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІНСТРУМЕНТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Діяльність підприємства роздрібної торгівлі супроводжується створенням і використанням нормативно-правових і нормативно-методичних документів. Розробка таких документів відповідно до діючих правил забезпечує, з однієї сторони, захист інтересів підприємства, а з іншої, – забезпечує плановість і стабільність функціонування підприємства, підвищує ефективність його діяльності.

Але, для більшості вітчизняних підприємств роздрібної торгівлі внутрішньо-нормативне регулювання діяльністю являє собою сукупність розрізаних, не об'єднаних в цілісну систему документів. Крім того, у багатьох керівників підприємств залишилася звичка формального відношення до документації. Тобто, на підприємствах роздрібної торгівлі здебільшого розроблені внутрішні документи, які необхідні для регламентації діяльності, але вони не використовуються належним чином в якості інструментів управління. Прикладом може бути посадова інструкція – практично єдиний (організаційно-розпорядчий) документ, що визначає основні функції, обов'язки, права і відповідальність персоналу відповідно до займаних посад. Замість того, щоби використовувати цей документ в якості інструменту управління, на вітчизняних підприємствах роздрібної торгівлі посадова інструкція використовується в більшості випадків в якості юридичного обґрунтування звільнення працівника за “невідповідність займаній посаді”. Вважаємо, що при грамотному підході посадова інструкція може і має бути ефективним інструментом в системі формування процесно-орієнтованої системи управління підприємствами.

Те саме і з іншими регламентуючими документами, адже в більшості випадків регламентуючі документи багато в чому “розходяться” з дійсністю і, як наслідок, не можуть використовуватися персоналом підприємств в якості інструменту управління.

Щоби змінити сформований стан речей, на нашу думку, на підприємствах роздрібно торгівлі і впровадити алгоритм переходу до процесно-орієнтованої системи управління, спрямованої на досягнення стратегічних цілей підприємства і перетворення регламентуючих документів в ефективний інструмент управління.

Для реалізації місії підприємство роздрібно торгівлі має володіти ефективною системою управління, що забезпечується використанням апробованих в кращій практиці принципів і методологій, закріплених у відповідних нормативно-методичних і організаційно-розпорядчих документах. До теперішнього часу напрацьовано достатню велику добірку “зовнішніх” стандартів, що регламентують практично всі аспекти діяльності підприємства. Наявність “зовнішніх” стандартів є необхідною, але зовсім не достатньою умовою забезпечення якості системи управління підприємством. Крім “зовнішніх”, повинні бути і “внутрішні”, так звані корпоративні стандарти. Під корпоративними стандартами слід розуміти затверджені принципи регулювання діяльності і відповідні положення внутрішніх нормативних документів, що закріплюють ці принципи. Наявність внутрішніх нормативних документів створює передумови для реалізації найважливіших управлінських функцій – планування та контролю. Реалізація функції планування передбачає визначення потреб в необхідних ресурсах (матеріальних, інформаційних, часових і інших). Функція контролю передбачає визначення вимог до результатів діяльності, формування бази для порівняння фактичних і планових показників.

Для успішної реалізації завдань з впровадження процесно-орієнтованої системи управління на підприємствах роздрібно торгівлі, необхідно розробити та реалізувати комплекс заходів, що забезпечують зміни в системі управління, торговельно-технологічних процесах та організаційній структурі підприємства, подальше їх закріплення у відповідних регламентуючих документах.

Практика багатьох підприємств роздрібно торгівлі показує, що подібні документи краще розробляти в певній системній логіці. Зокрема, ідея полягає в стратифікації (ієрархічній ув’язці) документів і послідовній узгодженій деталізації регламентуючих вимог методом “від загального до конкретного”.

На нашу думку, при документуванні діяльності підприємства сучасним рішенням є підтримка не системи взаємопов’язаних документів, а системи взаємопов’язаних інформаційних моделей, які і будуть породжувати необхідні документи. Крім того, завдяки технології створення документів з єдиної системи моделей виключається взаємна суперечливість та отримується необхідний набір організаційних управлінських регламентів для формування та впровадження процесно-орієнтованої системи управління. Процесно-орієнтована система управління підприємством роздрібно торгівлі передбачає створення стандартів та регламентів, за допомогою яких описується, аналізується, планується, організовується, контролюється, та оптимізується діяльність підприємства.

Визначення інструментів впровадження процесно-орієнтованої системи управління на підприємствах роздрібно торгівлі дозволить структурувати діяльність підприємства на ієрархічному рівні, визначити стандарти впровадження, та, відповідно, ефективно перейти на процесно-орієнтовану систему управління.

#### **Список використаних джерел**

1. Анопій В. В. *Організація торгівлі: підручник для ВНЗ (затв. МОН України) / В. В. Анопій, І. П. Міцуку, В. М. Ребичківський; [за ред. В. В. Анопій]. – [3-є вид.]. – К. : Центр учбової літератури, 2009.*
2. Тупало С. В. *Модель формування процесно-орієнтованої системи управління з урахуванням бізнес-стратегії підприємства / С. В. Тупало // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. – Спец. вип. : у 2 ч. Економіка підприємства: теорія і практика / М-во освіти і науки України, ДВНЗ “Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана”; відп. ред. А. Ф. Павленко. – К. : КНЕУ, 2010. – Ч. 1.*

## **ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ**

Сьогодні тривають дискусії щодо визначення засад організації оптимального варіанту забезпечення безпеки банківського сектору в умовах глобалізації та інтеграційних процесів, однак, на думку дослідників, заходи щодо її реалізації мають спрямовуватися на послаблення дії низки загроз, зокрема на:

- підвищення вимог до мінімального капіталу;
- розширення переліку і посилення вимог до публічної інформації про фінансовий стан власників і структуру управління банків;
- продовження уніфікації основних показників банківської діяльності і методології їх обчислення з міжнародними стандартами;
- ретельніший контроль якості активів у портфелях банків, запровадження у банках єдиної системи управління ризиками відповідно до сучасних стандартів, яка міститиме макро- і мікро- пруденційний нагляд із посиленням ролі НБУ;
- підвищення ефективності діяльності та фінансової стійкості банків шляхом поліпшення якості корпоративного управління, у тому числі досягнення більшої прозорості діяльності банків, ефективності ризик-менеджменту, вдосконалення відносин органів управління банків, акціонерів тощо;
- наближення діяльності вітчизняних банків до міжнародних стандартів;
- послідовне зменшення масштабів перенесення ризиків нефінансового сектору національної економіки на фінансовий, тобто подолання негативних тенденцій у реальному секторі країни, що поліпшить платоспроможність основних клієнтів та партнерів банків;
- підтримання низьких темпів інфляції та стабільного валютного курсу;
- стимулювання розвитку інших сегментів фінансового ринку для розширення можливостей інвестування у фінансові інструменти банківського сектору коштів інститутів спільного інвестування, пенсійних фондів тощо [1, с. 78].

Концепція безпеки банківських установ як цілісне і системне розуміння, бачення її сутності, чинників, що на неї впливають, і представлення шляхів усунення загроз має бути основою для створення системи її забезпечення [3, с. 42].

Загалом для підвищення рівня безпеки банківських установ, слід здійснити:

- розробку моделі безпеки банківських установ як сукупності офіційно прийнятих поглядів, інститутів (установ, організацій, відносин і відповідних дій) шляхом ухвалення на державному рівні концепції, стратегії безпеки банківського сектору національної економіки та конкретної програми її забезпечення з метою створення методологічного та організаційно-правового підґрунтя для суб'єктів, які відповідають за розробку і реалізацію фінансової, грошово-кредитної і банківської політики;
- створення інформаційно-аналітичної бази моніторингу показників безпеки банківських установ як основи для проведення комплексного аналізу, прогнозування, моделювання ситуацій та процесів, підготовки відповідних матеріалів, рекомендацій для державних органів, саморегульованих організацій і окремих комерційних банків;
- реструктуризацію існуючого банківського сектору національної економіки завдяки реалізації активної політики підвищення капіталізації існуючих банківських установ, злиття і поглинання з метою підвищення платоспроможності, фінансової стійкості і стабільності функціонування, конкурентоспроможності всіх комерційних банків і банківського сектору загалом;
- розробку і використання диференційованих, тобто стратегічних (розрахованих на довгостроковий період – фінансової стабільності) і тактичних (розрахованих на

середньостроковий період – фінансової стійкості), а також поточних (короткострокових – таких, дотримання яких свідчать про вирішення нагальних проблем у банківській сфері) індикаторів безпеки банківських установ;

– оцінку рівня достатності забезпечення безпеки банківських установ вище передбаченими заходами та ресурсами [2, с. 68].

Таким чином підвищення безпеки банківських установ – комплексна і дуже складна проблема, вирішення якої потребує системного підходу у цій сфері, визначення ієрархії цілей, підходів до їх забезпечення з розробкою чіткого механізму реалізації, організації належної координації зусиль усіх учасників вітчизняного ринку банківських послуг з дотримання і підвищення рівня безпеки банківського сектору країни.

#### **Список використаних джерел**

1. Дудченко Н. В. Вдосконалення інструментарію оцінки стану системи економічної безпеки банківських установ / Н. В. Дудченко // *Інвестиції: практика та досвід*. – 2013. – №18. – С. 75-80.

2. Єрмошенко М. М. Економічні та організаційні засади забезпечення фінансової безпеки підприємства : препринт наукової доповіді / М. М. Єрмошенко, К. С. Горячева, А. М. Ануєв. – К. : Національна академія управління, 2005. – 78 с.

3. Скулици В. С. Правопорушення у сфері грального бізнесу як загроза економічній безпеці країни / В. С. Скулици // *Вісник Верховного Суду України*. – 2009. – № 12. – С. 41-44.

**Пономаренко М. В.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ**

Однією з центральних категорій у страхуванні є страхова послуга, що трансформується з страхового продукту. Так, реалізація останнього забезпечує левову долю доходів компанії. Безпосереднє ж надання послуги, своєю чергою, утворює основну витратну частину. За цих умов актуалізується необхідність ефективного управління нею, що було б неможливо без виокремлення її характерних рис.

Дослідження економічної суті послуг у страховій галузі знайшло відображення у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: Т. Буянова, Б. Борисова, А. Вавілова, О. Гаманкова, Т. Зінкевич, О. Нарезнєва, Н. Рябоконь, С. Скибинський, Т. Калашнікова, О. Шептура, а також багатьох інших. Однак, не применшуючи їх науковий внесок, зазначимо, що недостатньо висвітленими залишаються питання характерних особливостей страхової послуги. Тому метою нашого дослідження є саме їх виокремлення – як один із обов'язкових кроків на шляху побудови якісного механізму аналізу страхових послуг.

На наш погляд, страхова послуга – це сукупність операцій з грошовими коштами, одержаними страховиком у вигляді страхових премій від страхувальників, для забезпечення страхового захисту останніх з метою одержання прибутку та збереження реальної вартості активів. Це специфічна економічна категорія, якій, з одного боку, притаманні риси послуги у загальному розумінні, а з іншого – специфічні ознаки, пов'язані з особливостями її життєвого циклу, середовищем існування тощо.

Так, страховій послуді притаманні такі загальні риси, як: платність – в її основі лежить підприємницька діяльність, спрямована на отримання прибутку; нематеріальна форма – виконується сукупність дій, які не мають уречевленого результату, тобто при наданні послуги продається не сам результат, а дії, що до нього призвели, послугу неможливо зберігати, накопичувати; мінливість – якість послуги може суттєво змінюватись залежно від особистості її виконавців, часу, місця і способу надання тощо; невіддільність – неможливість відокремлення від виробника, тобто страховика.

До специфічних характеристик страхової послуги належать:

– ліцензованість – страхові послуги є продуктом діяльності лише спеціалізованих організацій (страховиків) [1, с. 18], відповідно, для надання страхових послуг потрібна ліцензія;

– ймовірнісність – ймовірнісний характер необхідності реалізації зобов'язань страховика, передбачених умовами надання страхової послуги, що залежить від настання або ненастання страхового випадку;

– складна собівартість – собівартість страхової послуги формується на основі розрахунку величини страхових резервів, витрат на ведення справи, проведення попереджувальних заходів, та, що важливо, на основі прогнозування середньостатистичної частини витрат у разі настання страхового випадку, а не фактичних витрат страховика;

– інверсійність – страхові премії за надання страхової послуги страхувальник вносить авансом, виходячи з інверсії страхового циклу, незалежно від фактичної реалізації зобов'язань страховика у разі настання страхового випадку;

– двостороння ризиковість – у разі ненастання страхового випадку страховик зазнає безповоротні втрати у вигляді сплаченої страховикомі страхової премії, а з іншого боку – при настанні страхового випадку страховик здійснює страхову виплату, яка, зазвичай, суттєво перевищує суму сплаченої страхової премії, що розцінюється як безповоротна втрата страхувальника;

– специфічність джерел надання страхових послуг – страховики використовують страхові резерви для надання страхових послуг;

– страхова послуга може мати як обов'язковий (за вимогами чинного законодавства), так і добровільний (за згодою сторін), характер [1, с. 18].

– тривалість та чітка обмеженість у часі – страхова послуга розтягнута у часі та надається до закінчення дії договору страхування;

– корисність страхових послуг проявляється у впевненості страхувальника в гарантованому отриманні ним (або третьою особою) компенсації збитків, одержаних внаслідок реалізації застрахованих ризиків [2].

Таким чином, нами визначено ключові характеристики страхової послуги. При цьому, на нашу думку, для повноцінного її виокремлення як об'єкту аналізу, необхідно з'ясувати її місце у процесі страхової діяльності, яку, своєю чергою, доцільно розглядати через призму окремих взаємозалежних та взаємопов'язаних бізнес-процесів, що знайде відображення у наших наступних публікаціях.

#### **Список використаних джерел**

1. Гаманкова О. О. *Страхова послуга як продукт діяльності страхових компаній в умовах ринку* / О. О. Гаманкова / Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. – К. : КНУ, 2008. – С. 16-20. – Вип. 104. – (Серія "Економіка").
2. Рябокоць Н. П. *До питання сутності "страхової послуги"* / Н. П. Рябокоць // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. – Черкаси : ЧДТУ, 2010. – С. 207-212. – Вип. 26 (1) – (Серія "Економічні науки"). – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu\\_2010\\_26\(1\)\\_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpchdtu_2010_26(1)_45).

**Породко О. Ю.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

В Україні органами влади декларується та ведеться діяльність з реформування державної політики регулювання підприємницького сектору, позитивними наслідками чого стали: удосконалення дозвільних процедур і реєстрації (у т. ч. електронної) речових прав на майно, спрощення процедур відкриття та закриття бізнесу, одержання адміністративних послуг, звуження прямого адміністративного державного контролю за діяльністю суб'єктів господарювання та реформування сфери надання адміністративних послуг, пом'якшення

податкового тиску, розвиток інфраструктури для надання суб'єктам підприємництва фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, науково-технологічної, консультативної, маркетингової, кадрової та освітньої підтримки та, відповідно, покращення місця України у рейтингу легкості ведення бізнесу Світового Банку "Doing Business".

Але ці зміни ще не забезпечили необхідного покращення якісних та кількісних характеристик розвитку малого підприємництва в Україні.

З метою удосконалення державної політики регулювання розвитку підприємництва в Україні доцільно реалізувати такі заходи:

- удосконалення системи стратегічного та тактичного планування становлення і розвитку підприємницького сектору, покращення його структурно-якісних характеристик. Для цього необхідно прийняти Національну стратегію розвитку підприємництва в Україні із визначенням нової місії, пріоритетів, механізмів та інструментів державної політики, а також виписати механізми прийняття управлінських рішень на нижчих рівнях (регіональні та місцеві стратегії і програми) із урахуванням особливостей соціально-економічного розвитку території, ефективності функціонування і структурних характеристик бізнес-середовища, ресурсного та науково-дослідного, інвестиційного потенціалу;

- посилення стимулів суб'єктів малого підприємництва до інвестиційно-інноваційної активності шляхом збільшення обсягів держзамовлення у інноваційно активних МСП та законодавчого закріплення такої квоти;

- критичне зниження рівня трансакційних витрат суб'єктів бізнесу. Для цього державна політика має мати ширший характер із використанням не лише інституційних, а й економічних та організаційних засобів, спрямовуватися на подолання витрат, пов'язаних з доступом суб'єктів малого і середнього підприємництва до ринків, прав діяльності, господарських ресурсів, ринкової інфраструктури, інформації, управлінських технологій, інвестицій та інновацій;

- продовження роботи з підвищення рівня прозорості і ефективності дозвільної системи шляхом посилення контролю та відповідальності посадових осіб дозвільних органів, удосконалення роботи місцевих дозвільних органів (посилення їх спеціалізації за видами дозволів, диференціації дозвільних заявок щодо спрощення процедур і термінів погодження документів дозвільного характеру невеликим об'єктами, впровадження принципу затвердження дозвільних заявок за замовчуванням, внесення до порядку проходження дозвільних документів вимоги щодо попередньої письмової оцінки адміністратором дозвільного офісу пакету документів, який подається підприємцем), створення органу з контролю та моніторингу дозвільної системи, популяризації досвіду проходження дозвільних процедур та підвищення рівня обізнаності підприємців щодо прав і обов'язків дозвільних адміністраторів та посадових осіб дозвільних органів;

- формування та розбудова дієвої інституційної інфраструктури фінансово-ресурсного та інвестиційного забезпечення малого підприємництва. Для цього доцільними є державна підтримка та фінансування створення і розвитку регіональних та місцевих інвестиційно-інноваційних кластерів за участю суб'єктів МСП у базових видах економічної діяльності та пріоритетних сферах економіки; зростання капіталізації системи фінансово-кредитного та інвестиційного забезпечення інноваційної діяльності; розвиток інформаційного та консалтингового супроводу інвестиційно-інноваційної активності, державно-приватного партнерства у сфері розвитку організаційно-інституційної інфраструктури інвестиційно-інноваційної діяльності суб'єктів МСП та поширення її практик у міжгалузевому, міжрегіональному та міжнародному співробітництві;

- формування системи ефективної міжгалузевої та міжсекторної кооперації (кластерів) для забезпечення ресурсощадних виробничих циклів, фінансово-економічне стимулювання запровадження суб'єктами малого підприємництва інноваційних технологій, створення та поширення знань між науково-дослідними інституціями та суб'єктами підприємницької діяльності, підвищення якості роботи регіональних органів державного управління у напрямі моніторингу та планування інноваційного розвитку сектору малого бізнесу.

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЗМІЦНЕННЯ БЕЗПЕКИ БАНКІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КРИЗИ**

Забезпечення національної безпеки є пріоритетним завданням України в умовах економічної нестабільності та численних проблем у політичній та соціальній сферах, що є характерними для вітчизняної моделі розвитку процесів державотворення. Належний рівень національної безпеки має гарантувати належний рівень захисту усіх без винятку сфер життя населення країни та має стати основою парадигми стратегічного розвитку держави у довгостроковій перспективі.

Проблема безпеки банку не може існувати сама по собі. Її сутність і зміст випливають із завдань, що їх вирішує банк на кожному з етапів свого економічного розвитку. Особлива значущість безпеки банку обумовлюється низкою чинників як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. По-перше, необхідність і важливість впливає з наявної різноманітності інтересів суб'єктів ринку банківських послуг. По-друге, обмеженість фінансових ресурсів банків та джерел їх створення вимагає від них розроблення досить ефективних технологій банківського виробництва, застосування економічних інструментів підтримання ліквідності та конкурентоспроможності банків на необхідному рівні, якісного використання їх ресурсної бази. По-третє, нестабільна економічна ситуація, досить несподівані і різкі її зміни обумовлюють готовність банку до роботи в майже кризових умовах, з досить високим ступенем ризику, іноді на межі втрати своєї ліквідності. По-четверте, зростання економічної злочинності, насамперед у кредитно-фінансовій сфері, ставить банківську діяльність у ряд досить ризикованих і тим самим обумовлює високу відповідальність банків перед своїми клієнтами, вкладниками й акціонерами. Тому питання дослідження основ зміцнення безпеки банків України є актуальною в посткризових умовах [1, с. 33].

Сутність безпеки банківської діяльності полягає в забезпеченні організаційно-управлінських, режимних, технічних і профілактичних заходів, які гарантують якісний захист прав та інтересів банку, зростання статутного капіталу, підвищення ліквідності активів, забезпечення поворотності кредитів, збереження фінансових і матеріальних цінностей [2, с. 45].

Безумовно, що однією з основних причин погіршення діяльності банків України у 2016-2017 рр. було розгортання на тлі економіки України та світу глибокої системної кризи, наслідками поширення якої стали: обвал ринку нерухомості, падіння промислового виробництва, падіння фондового ринку та фінансового сектора економіки взагалі, погіршення сальдо зовнішньої торгівлі, зниження обсягів ВВП, зростання безробіття й посилення інфляції у багатьох країнах. Функціонування банківської системи в умовах банківської кризи характеризується зростанням ризику ліквідності, валютного, кредитного та інших ризиків внаслідок значного відтоку коштів клієнтів, недостатнім рівнем надходжень від погашення активів, обмеженими можливостями для залучення коштів на міжбанківському ринку та зовнішніх фінансових ринках, і кредитування економіки, підтримання ліквідності банків за рахунок кредитів рефінансування, отриманих від Національного банку України. Цікаво, що найбільших втрат зазнали ті банки, в яких менеджмент у до кризовий період проводив високоризиковану політику, здійснював неефективне управління активами і пасивами, значною мірою управляв ліквідністю за рахунок міжбанківських ресурсів. При цьому ігнорувалися вимоги щодо збалансованості активів і пасивів за строками. Кредитний "бум", який спостерігався протягом 2007-2008 рр. призвів до того, що банки, жертвуючи ліквідністю, намагалися якомога більше надавати кредитів, не завжди піклуючись про те, чи є достатні надходження у позичальника чи надійна застава. Тобто найуразливішими у період прояву кризових явищ опинилися ті банки, які у гонитві за підвищенням своєї прибутковості

не надто опікувалися особистою внутрішньою економічною безпекою. Звичайно це не могло не вплинути на стан економічної безпеки, фінансової стійкості та ефективності діяльності банку [3, с. 123].

В звичайних умовах розвитку ринку фінансових послуг незначна нестабільність будь-якого параметру діяльності банку здатна до врегулювання в процесі поточної діяльності. Коли погіршення ефективного функціонування банку підкріплюється ще й зовнішньою нестабільністю, це свідчить про необхідність екстреного втручання в усі основні сфери його життєдіяльності, в тому числі за рахунок відмови від надприбутковості своєї діяльності та переходу до консервативної моделі кредитної політики.

Під час кризи особливо важливого значення набуває формування моделі проактивного управління персоналом. Така модель передбачає “завчасні” цілеспрямовані попереджувальні дії, що забезпечують здатність до самозбереження, гнучкість, орієнтацію на майбутні зміни, готовність до здійснення діяльності за умов невизначеності, формування антикризового потенціалу, стійкого до раптових змін та здатного вчасно ідентифікувати можливі загрози, діагностувати ранні ознаки кризових процесів і протистояти їхньому “розвитку”. Важливим в даний період є посилення зв’язку, розширення каналів обміну інформацією між усіма підрозділами банку та контроль за дотриманням основних засад його економічної та інформаційної безпеки.

#### **Список використаних джерел**

1. *Банківська безпека : навч. посіб. / О. Д. Вовчак, Ю. О. Самура, В. А. Сидоренко, В. А. Вареник. – К. : Знання, 2013. – 237 с.*
2. *Барановський О. І. Фінансова безпека / О. І. Барановський ; Ін-т екон. прогнозування. – К. : Фенікс, 2009. – 338 с.*
3. *Зубок М. І. Безпека банківської діяльності : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / М. І. Зубок. – К. : КНЕУ. – 2003. – 154 с.*

**Ткачук І.-М. О.**  
аспірант,  
**Рудик С. А.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ**

Посилення диференціації регіонального та субрегіонального економічного розвитку, поступу внутрішнього ринку та зростання рівня якості життя населення в обласних центрах та на решті територій є актуальною проблемою регіональної політики України впродовж усього періоду незалежності.

Останніми роками спостерігається особливе загострення соціально-економічних проблем функціонування внутрішнього ринку сільських територій держави. Це пояснюється, з одного боку, з притаманним нашій державі глобальним процесом урбанізації, а, з іншого, – економічним, соціальним, культурним спадом у віддалених від обласного центру територіях, зумовленим низкою проблем, пов’язаних з недостатньо ефективним використанням соціально-економічного потенціалу. Як наслідок, сьогодні перед внутрішнім ринком сільських територій України постала низка викликів, зумовлених руйнуванням їх соціальної та комунальної інфраструктури, погіршенням якості людського капіталу, нарощуванням соціально-демографічних диспропорцій, недостатньо ефективним використанням наявних природних ресурсів, погіршенням екологічних умов господарювання.

Нагомість ефективне реформування та забезпечення розвитку внутрішнього ринку сільських територій нашої держави є вагомим резервом вирівнювання просторово-

структурних соціально-економічних деформацій, простором для розвитку галузей реального сектора економіки, стимулювання ділової активності, покращення інфраструктури та якості життя значної частини населення.

Проблему розвитку внутрішнього ринку сільських територій України передусім обумовлюють такі аспекти: невисокий рівень якості життя та соціальної безпеки, обумовлений погіршенням дорожньо-транспортної, житлово-комунальної, комунікаційної та соціальної інфраструктури, недостатнім забезпеченням населення об'єктами торгівлі та споживчих послуг, нерозвиненістю мережі інституцій соціальних послуг, підтримки та допомоги; низький рівень розвитку підприємництва, ділової інфраструктури та використання в цих цілях природно-ресурсного потенціалу, застарілі методи господарювання, що гальмують процеси модернізації економіки села; погіршення екологічної ситуації та високий рівень енергетичної залежності, що загострює проблему конкурентоспроможності аграрного виробництва, енергозабезпечення бюджетних та комунальних установ; зниження якості людського капіталу; монофункціональний характер економічного розвитку периферійних територій та низький рівень диверсифікації їх економіки; низький рівень адміністративно-управлінської спроможності органів місцевого самоврядування та територіальних громад, їх недостатня залученість до процесів планування і реалізації політики регіонального розвитку, що пов'язано як з низькою активністю населення щодо участі у цих процесах, так і неефективністю механізмів взаємодії влади та громадськості.

Ці та інші чинники посилюють дисбаланс розвитку регіональних економік, ускладнюють формування конкурентоспроможних економічних комплексів. Відтак, актуалізувалася необхідність ідентифікації пріоритетів, розробки та реалізації ефективних механізмів та інструментів соціально-економічного зростання та використання потенціалу розвитку внутрішнього ринку сільських територій України.

Пріоритетами державної політики розвитку внутрішнього ринку сільських територій України доцільно визначити:

- покращення умов та створення територій, комфортних для проживання населення, шляхом розбудови житлово-комунальної, комунікаційної та соціальної інфраструктури, покращення рівня забезпеченості населення об'єктами торгівлі і споживчих послуг, розвитку мережі інституцій соціальної підтримки і допомоги;
- створення сприятливого середовища для розвитку малого і середнього підприємництва, у т. ч. з використанням факторних конкурентних переваг та природно-ресурсного потенціалу (надання оздоровчих та відпочивальних послуг, розвиток "зеленої" економіки, агроосель, творчих індустрій, використання потенціалу культурних ресурсів та народної творчості);
- покращення транспортної (локальної) доступності територій віддалених поселень;
- забезпечення сталого розвитку та підвищення рівня енергетичної незалежності внутрішнього ринку сільських територій;
- запровадження організаційно-економічних механізмів розвитку людського капіталу;
- диверсифікацію економіки, децентралізацію влади і підвищення функціональної спроможності органів місцевого самоврядування місцевих територіальних громад.

На досягнення цих пріоритетів необхідно спрямувати дієві та ефективні інституційні, організаційно-економічні, інформаційні, соціально-психологічні та інші механізми державної регіональної політики.

## СЕКЦІЯ 4 “МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА МАРКЕТИНГ”

**Басій Н. Ф.**

к.е.н., доцент,

Львівський торговельно-економічний університет

### АНАЛІЗ РИНКУ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Маркетингові комунікації є невід’ємною частиною комплексу маркетингу кожного суб’єкта ринку товарів та послуг. Не виникає жодних сумнівів у необхідності їх застосування виходячи з реалій ринку. Це обумовлюється і жорсткою конкуренцією між виробниками та продавцями товарів-аналогів і заміників, впливом психологічних факторів поведінки споживачів, сезонних чинників тощо. Арсенал засобів маркетингових комунікацій достатньо різноманітний і щоразу поповнюється новими технологіями. Так, класичний комплекс прощтовхування, перелік складових якого можна віднайти у будь-якому підручнику з маркетингу та маркетингових комунікацій включає чотири складові: рекламу, стимулювання продажу, персональний продаж, та комерційну пропаганду. Більш сучасний перелік складових комплексу маркетингових комунікацій, на нашу думку, включає вже більше десятка інструментів (рис. 1).



Рис. 1. Складові комплексу прощтовхування підприємства (сформовано автором)

Причому кожний із сучасних засобів інтенсивно використовується всім суб’єктами на ринку як споживчих, так і промислових товарів та послуг.

Так, за останні три роки (2015-2017 рр.) ринок маркетингових комунікацій в Україні поступово відновлює втрачені за кризовий період обсяги (рис. 2). Зокрема медіа комунікації

вже минулого року продемонстрували більші обсяги, ніж у 2013 (докризовому) році. Зростання відбулося в основному за рахунок телевізійної та радіо реклами. Що ж стосується Digital-реклами, то її обсяги за останні п'ять років зросли більше, ніж у два рази, причому демонструючи щорічне зростання.

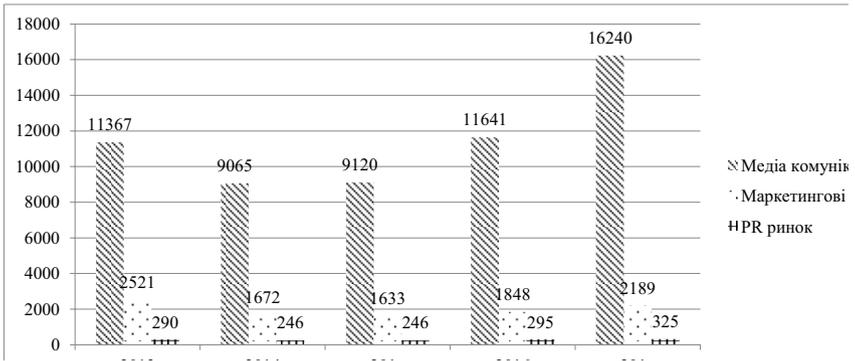


Рис. 2. Динаміка основних показників ринку маркетингових комунікацій в Україні за 2013-2017 рр., млн.грн. (за даними Всеукраїнської рекламної коаліції)

Що стосується ринку маркетингових сервісів, який включає Trade marketing, Loyalty marketing, Consumer marketing, Event marketing, та нестандартні маркетингові комунікації, то тут ситуація хоча й покращується, проте ще далека від докризової (2013 р.). Лише одному з інструментів – Trade marketing – вдалося збільшити обсяги за останній рік на 19,9% порівняно з попереднім роком, та на 16,6% порівняно з базовим 2013 роком. Решта сервісів ще не сягнули докризового обсягу.

PR комунікації вже два роки поспіль демонструють стабільне зростання. Так у 2017 році цей сектор ринку комунікацій зріс на 10,2% порівняно з попереднім роком, так на 12,1% порівняно з 2013 роком.

Нами було здійснено прогнозування обсягів основних сегментів ринку маркетингових комунікацій за модифікованим методом геометричних ваг. Відповідно до результатів прогнозування обсяги медіа комунікацій у 2018 році зростуть на 19,8%, що складе 19460 млн. грн. Обсяги ринку маркетингових сервісів можуть зрости на 9,9%, що становитиме 2406 млн. грн. Зростання PR-ринку прогнозується на рівні 6,4% до 346 млн. грн. Варто зазначити, що експерти Всеукраїнської рекламної коаліції також прогнозують зростання основних показників ринку комунікацій у наступному році. Причому їх прогнози більш оптимістичні. Так, зростання медіа-сегменту прогнозується на рівні 26%, ринок маркетингових сервісів – близько 16%, PR-ринок – 10%.

Можна зробити висновок, що загалом ринок маркетингових комунікацій поступово відновлює свої обсяги, які були втрачені під час 2014-2015 рр.

**Балук Н. Р.**  
к.е.н., доцент,  
**Дайновський Ю. А.**

д.е.н., професор  
Львівський торговельно-економічний університет,  
**Іванова Л. О.**  
к.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної культури

## **ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПР-ТЕХНОЛОГІЙ НА РИНКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. ЛЬВОВА**

Ресторанне господарство – одна з найдинамічніших і перспективних галузей економіки України, особливо в регіонах з розвинутою туристичною інфраструктурою. Львівська область та м. Львів, зокрема, належать до найбільш відвідуваних місць як внутрішніми, так й іноземними туристами. Якщо у 2014 р. через вплив військово-політичних та екомічних чинників кількість туристів у Львівській області зменшилась удвічі, то у 2016 р. Львівщину відвідало іноземних туристів на 173% більше порівняно з 2015 р., а внутрішніх туристів – на 102% [1]. Розвиток туристичної індустрії виступає потужним важелем динамічного розвитку ресторанного господарства у м. Львові.

Протягом останніх років розвиток ринку ресторанного господарства України характеризується поступовим збільшенням попиту на послуги закладів ресторанного господарства при зменшенні кількості підприємств, що їх надають. Водночас змінюються структура, формат і концептуалізація підприємств ресторанного господарства. Проте м. Львів зберіг позитивну динаміку збільшення кількості закладів ресторанного господарства. За даними дослідницької компанії Nielsen, у 2016 р. у Львові у сфері HoReCa функціонувало 1294 заклади, з них у форматі ресторани/кафе – 659 закладів (51%), у форматі бар/паб/нічний клуб – 175 (13,5%), у форматі закладів швидкого харчування – 460 (35,5%) [2]. Динамікою до зростання характеризується і обсяг реалізованої продукції закладами ресторанного господарства, так у 2015 р. її реалізовано на 64,5% більше порівняно з попереднім роком, у 2016 р. – на 26,2%.

Львів завжди був знаковим національно-культурним та освітньо-науковим осередком країни, став великим IT-центром і транспортним вузлом, а на початку XXI століття сильно еволюціонував і зумів практично стати туристичною меккою. Щороку понад 100 різних фестивалів (гастрономічні, музичні, театральні, культурні, кінофестивалі тощо), святкування релігійних свят, день міста, день Незалежності України невинно сприяють значному збільшенню туристичних потоків до Львова. Вагомо, що в останні роки ввізною картокою Львова стали і його ресторани, кафе, бари, кав'ярні та інші заклади ресторанного господарства. Конкуренція в цих сегментах ринку досить жорстка, тому більшість закладів намагаються застосовувати сучасний інноваційний маркетинговий інструментарій для утримання постійних і залучення нових клієнтів та покращання фінансо-економічних показників.

Ресторанний бізнес – одна з найскладніших сфер людської діяльності, для якої серед інших маркетингових важелів залучення різних сегментів клієнтів і здійснення складних різновидів ділового та громадського спілкування особливо актуальними є паблік релейшнз (ПР). ПР підприємства ресторанного господарства – це практично безперервна багатогранна діяльність, спрямована на формування громадської думки, створення іміджу, управління репутацією закладу тощо. Водночас ПР підприємств ресторанного господарства є творчою діяльністю, що передбачає велику кількість послідовності акцій, об'єднаних однією метою в довгостроковій програмі маркетингових комунікацій. До переваг ПР-інструментів в ресторанному бізнесі можна віднести непрямий вплив на клієнта та його підсвідомість, менші фінансові витрати порівняно з використанням прямої реклами, значно більший рівень

довіри. Інноваційний підхід до новин, публікацій, соціальних, громадських і інших подій та сучасні технології PR надають величезні можливості підприємствам ресторанного господарства вирізнитися і виділяти свою продукцію і послуги серед конкурентів.

Для створення позитивного іміджу підприємства ресторанного господарства, підвищення його конкурентоспроможності на ринку та формування постійних клієнтів, закладу необхідно здійснювати ретельний моніторинг власних ресурсів. При цьому важливо оцінити наскільки актуальною є обрана концепція ресторану; на яку цільову аудиторію орієнтується ресторан; чи відповідає розроблена концепція потребам і запитам цільової аудиторії; чи актуальна в теперішній час кухня, запропонована рестораном; чи буде кухня, на якій робить акцент ресторан, актуальною завтра, через місяць, через рік; чи є адекватними ціни в ресторані; чи відповідає атмосфера та інтер'єр, створені в ресторані, уподобанням цільової аудиторії; наскільки відповідає місцезосташування закладу концепції ресторану та вибраним сегментам цільової аудиторії; чи має ресторан особливості, які значно вирізняють його серед конкурентів. Якщо на переважну більшість запитань є ствердні відповіді, то PR-технології, які застосує ресторан, мають великий шанс бути успішними.

До найбільш вагомих PR-технологій належать так звана ресторанна критика, створення новин, спеціальні заходи, залучення лідерів думок та “сарафанне радіо”.

Одними з перших PR-технологій розкручування закладу ресторанного господарства у м. Львові з високим рівнем ефективності використали представники холдингу “Fest емоцій!” із відкриттям “Криївки”, яка за свою десятирічну присутність на ринку стала справжньою історичною легендою міста і еталоном використання грамотного піару. Цьому сприяли грамотне позиціонування, PR із використанням “сарафанного радіо”, ефект натовпу, історичне підґрунтя, власний продукт та залучення різних категорій відвідувачів. Подальші проекти холдингу використовували схожу схему для різних за стилістикою і цільовою аудиторією закладів. Маркетингові комунікації холдингу зосереджені не на прямій рекламі, особистою продажі чи стимулюванні збуту, а виключно на PR-технологіях із частковим залученням інших основних й синтетичних комунікаційних засобів маркетингу.

Сьогодні холдинг “Fest емоцій!” (Худо Андрій, Назарук Юрій та Дмитро Герасимов) позиціонує себе як компанія, що відкриває так звані емоційні ресторани. І кожен з понад 20 закладів доводить це своєю назвою, продуманою концепцією, історичним підґрунтям, стилістикою, залученими ресурсами (театр пива “Правда”, Львівська копальня кави, Львівська майстерня шоколаду, Перша міська пекарня сирників та штруделів, Мазох-кафе тощо).

Ще однією компанією, яка вдало використовує PR-інструментарій – Fast Food System, власник якої, Марк Зархін, успішно започаткував ТМ “Піца Челентано”, “Картопляна Хата” та “ЯП”, а також у складі “Kumpel Group” – Ресторан-пивоварню “Кумпель”, Пивну ресторацію “Кумпель”, “Cafe 1”, “Strudel Haus”, “Тераса на Ринку”, “Голодний Микола”, “Ресторація Бачевських”, які вже давно є окремими львівськими брендами на ринку ресторанного господарства. Кожен з цих закладів характеризується вдало підібраною концепцією, особливостями кухні, сервісу тощо.

Добросовісну конкуренцію цим закладам складають авторські ресторани Вардкеса Арзуманяна. У 2015 році “Кентавр”, “Шампанерія Х & Х” і “Монс Піус” увійшли до переліку кращих ресторанів України. Заклад “Шампанерія Хачапурі & Хот-дог” є унікальним за концепцією: відвідувачам пропонується 25 видів шампанського на вибір, але з їжі тільки хачапурі або хот-дог. Багато років власник збирає екземпляри оригінальних старовинних меню, його колекція складає близько двох тисяч різних зразків, серед яких найяскравішим вважається меню з легендарного “Титаніка”.

Наголос на унікальності страв зроблено у ресторани Vintage Nouveau, який у 2015 р., за версією національної ресторанної премії СОЛЬ, був визнаний найкращим рестораном авторської кухні в Україні [3].

Маркетинговими дослідженнями встановлено, що у м. Львові найпоширенішими PR-технологіями у інтегрованій маркетинговій комунікаційній діяльності закладів ресторанного господарства домінують:

1. Правильно обрана концепція.
2. Вдалий стиль.
3. Меню і ціни.
4. Залучення й утримання клієнтів.
5. Імя, логотип і вивіска.
6. “Фішка” ресторану.
7. Спонсорська підтримка.
8. Соціальні мережі.

Понад це, як уже зазначалось, PR в закладах ресторанного господарства повинен передбачати, окрім роботи з клієнтами, налагодження відносин зі ЗМІ, партнерами, постачальниками, державними структурами, інвесторами, конкурентами, різними об'єднаннями й асоціаціями. Не менш важливою ділянкою застосування PR-технологій в ресторанному бізнесі є робота з персоналом, яка повинна бути спрямована на створення сприятливих PR серед працівників та встановлення довірчих відносин між менеджерами закладу та усіма працівниками. Не варто забувати, що націнніший здобуток застосування PR в ресторанному бізнесі – репутація закладу та довіра клієнтів.

#### **Список використаних джерел**

1. Туристичні потоки у Львівській області (2000-2016) [Електронний ресурс]. – Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області. – 2017. – Режим доступу : [http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/inf\\_2009.php?vid=1&code=24&ozn\\_news=1&show=1&show2=1](http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/inf_2009.php?vid=1&code=24&ozn_news=1&show=1&show2=1).
2. Експерти підраховали кількість магазинів, ресторанів і кафе у найбільших містах України [Електронний ресурс]. – Інформатор. – 2016. – Режим доступу : <https://informator.news/eksperty-pidrahulyvaly-kilkist-mahazyviv-restoraniv-kafe-u-najbilshykh-mistah-ukrajiny>.
3. Крайній ресторан авторської кухні – VINTAGE NOUVEAU (Львів) [Електронний ресурс]. – Національна ресторанна премія СОЛБ. – Режим доступу : <http://saltawards.com/uk/2015/novini>.

**Боднар І. Р.**  
к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН**

В ХХІ ст. найпотужнішою рушійною силою економічного розвитку і нарощування конкурентоспроможності країн на міжнародних ринках стає не тільки володіння інформацією, а й виробництво знань, їх нагромадження та практичне використання.

Досвід розвинених країн ЄС свідчить, що довгострокова конкурентоспроможність національної економіки забезпечується переходом до економіки знань, пріоритетами якої є розвиток та поширення інформаційних технологій, розробка та впровадження інновацій, інвестиції в формування людського капіталу.

Метою роботи є аналіз основних напрямів інформаційної політики європейських країн. Зазначена проблематика була предметом досліджень провідних науковців. Зокрема, проблему реалізації державної інформаційної політики розкриває І. В. Арістова [1], питання нормативного регулювання європейської інформаційної політики досліджує О. Соснін [2] тощо.

В рамках Європейського Союзу легко виділити декілька дуже успішних, але досить різних моделей розвитку інформаційної сфери: скандинавську, центральноєвропейську (ФРН), західноєвропейську (Швеція, Нідерланди), острівну (Сполучене Королівство) тощо. Уряди всіх країн розглядають інформаційну економіку як основу економічного розвитку (рис. 1).

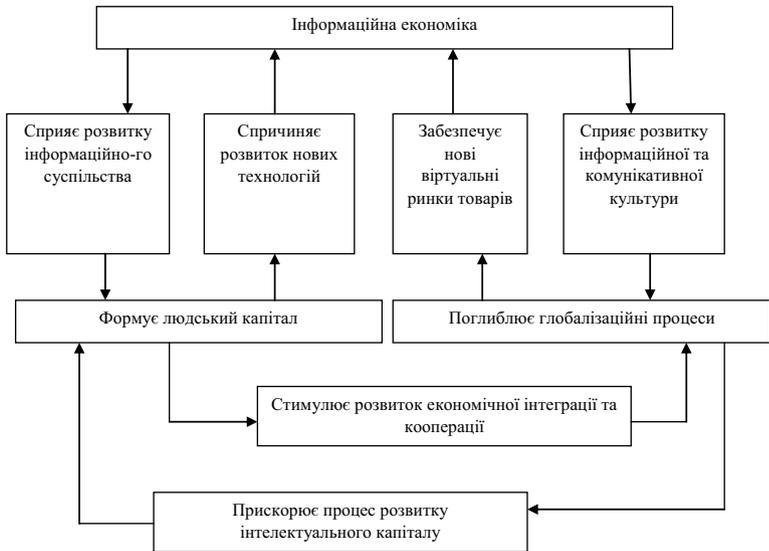


Рис. 1. Основні ознаки інформаційної економіки

Необхідно зазначити, що основою інформаційної економіки є формування людського та інтелектуального капіталу [1].

Швеції та ФРН є європейськими лідерами і “генераторами ідей”. Королівство Швеція є одним зі світових лідерів у сфері розвитку ІКТ. Відповідно до дослідження Міжнародного союзу електровз’язку за Індексом розвитку ІКТ (ICT Development Index, IDI) Швеція у 2016 р. посідала друге місце в світі після Південної Кореї. Уряд визначив в інформаційній політиці такі ключові аспекти розвитку економіки країни:

1. ІТ мають сприяти підвищенню якості життя, а також покращенню та спрощенню повсякдення для людей і компаній.

2. ІТ повинні використовуватися для досягнення стійкого економічного зростання.

3. Ефективна та надійна ІТ – інфраструктура з високим рівнем потужності передачі має бути доступна на всій території країни.

Швеція має дуже потужну законодавчу базу регулювання інформаційного суспільства. Вона була першою державою у світі, яка впровадила законодавство щодо свободи інформації у вигляді Закону про свободу преси (1766 р.)

Якщо розглядати інформаційну політику ФРН, то варто зазначити, що з самого початку розвитку інформаційного суспільства країна мала досить високі позиції у цій сфері. Наприклад, у 2015 р. у секторі ІКТ у Німеччині було вироблено товарів і послуг на загальну суму близько 237 млрд. євро (частка у загальному виробництві 7 %). Одним з перших кроків на державному рівні стало погодження наприкінці 2015 р. концепції “Федеральне регулювання ІТ”. Головною метою концепції зазначалося, що ефективне використання ІТ сприятиме покращенню адміністративних послуг, інноваціям та підвищенню ефективності управління [2]. На сьогоднішній день нормативно-проектне регулювання сфери інформаційних технологій у Німеччині має два основні рівні (рис. 2).

Інформаційна політика Австрії являє собою приклад держави, яка при порівняно обмежених ресурсах розвитку й конкурентному потенціалі спромоглася знайти власну нішу у світовому розподілі праці саме за допомогою інформаційних технологій.

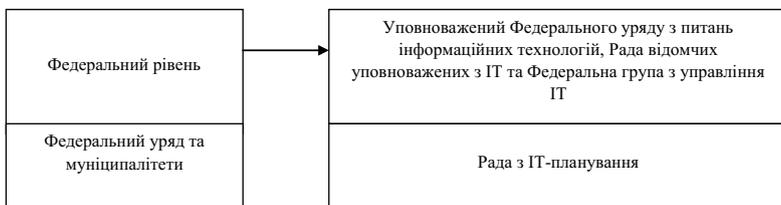


Рис. 2. Нормативно-проектне регулювання сфери інформаційних технологій у Німеччині

Отже, з вищесказаного можна зробити наступні узагальнення:

1. Інформаційна політика європейських країн постійно трансформується внаслідок зростаючих тенденцій ІТ-ринку.

2. Уряд європейських країн сприяє розвитку ринку апаратного забезпечення, ринку програмного забезпечення та ринку ІТ-послуг, які розвиваються з різними темпами у світовому і у регіональному вимірах.

Під час впливу світових і регіональних криз динамічному розвитку ІТ-ринків європейських країн сприяють структурні та функціональні урядові рішення у розвитку, насамперед, фінансового ринку, ринку праці тощо.

#### Список використаних джерел

1. Арістова І. В. *Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти* [Текст]: монографія / І. В. Арістова; за заг. ред. О. М. Бандурки. – Харків : Видавництво Університету внутрішніх справ, 2010. – 407 с.
2. Соснін О. *Державне управління інформатизацією як виклик цивілізаційного зростання нації* // *Зовнішні справи*. – 2015. – № 9. – С. 38-41.
3. *Інтернет-ресурс законодавчого відомства України* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http : //www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua).

**Бойчук І. В.**

к. е. н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

Стрімкий розвиток інформаційних технологій і розповсюдження всесвітньої мережі Інтернет суттєво впливають на макро- та мікростан економіки, обумовлюючи навіть за умов кризи високі темпи зростання обсягів інтернет-торгівлі. Остання покликана забезпечувати здійснення торгових операцій і функцій оптової та роздрібно торгівлі шляхом використання Інтернету та інших електронних засобів взаємозв'язку з ринком.

На сьогодні інтернет-торгівля посідає вагоме місце у системі господарських відносин, активно сприяючи глобалізації економічних процесів, підвищенню ефективності діяльності суб'єктів підприємництва і більш повному задоволенню мінливих потреб споживачів. Разом із тим, в Україні інтернет-торгівля, на відміну від розвинених країн, поки що знаходиться на стадії переходу до розвинутого етапу, що вимагає поглибленого використання маркетингу з метою стимулювання її розвитку, доповнення умов традиційної торгівлі альтернативними системами якісного обслуговування потенційної клієнттури в он-лайн форматі [1].

Сучасний маркетинг набуває нових характеристик, адже ринкове середовище ставить перед ним нові завдання. Їх зміст випливає з нових його концептуальних засад стратегічного

розвитку за умов маркетингової орієнтації діяльності ринкових суб'єктів і впровадження маркетингового інструментарію в процесі управління виробничо-фінансовою та збутово-розподільною сферами. При цьому важливим залишаються питання: як привабити споживача і як вплинути на просування товарів або послуг таким чином, щоб вони залучали клієнтів [2].

Із врахуванням популяризації передових технологій маркетингу з'явилися, отримали успіх і стали актуальними наступні пріоритетні напрями його розвитку в інтернет-торгівлі. В першу чергу, це цифровий маркетинг, який вважається найбільш прогресивною стратегією здійснення онлайн-реклами товарів, подій або просто бізнесу. Серед інших маркетингових інструментів він виділяється завдяки таким факторам: допомагає в просуванні продукції по всьому світу; за легкої доступності Інтернету простим стає і цифровий маркетинг; забезпечує величезну реакцію з боку замовників, тому що в наш час більшість населення використовує Інтернет; із посиленням використання гаджетів користувачі більше контактують з мережею.

До каналів цифрового маркетингу відносяться: веб-сайти, соціальні медіа-платформи, розміщення банерів, маркетинг електронної пошти, мобільний маркетинг, SEO, оплата за клік, веб-телебачення, SMS, рекламні щити та інше.

Найважливішим компонентом цифрового маркетингу вважається інтернет-маркетинг, оскільки більшість цифрових маркетингових заходів належать до його сфери. Основними каналами інтернет-маркетингу є: маркетинг веб-сайтів; SEM (маркетинг пошукової системи); SMM (маркетинг соціальних мереж); контент-маркетинг; електронний маркетинг; мобільний маркетинг; банерна реклама тощо.

Підтвердженням пріоритетності вказаних напрямів розвитку маркетингу в інтернет-торгівлі можуть стати підсумки незалежних досліджень, які аналізують основні тренди 2017 року. Так, найпоширенішим способом доступу людей до Інтернету стали мобільні телефони, які забезпечують менш ніж 2-ох секундне завантаження пристрою. На думку 85 % мобільних рекламодавців, вони мають позитивний досвід у використанні мобільного маркетингу, з чим погоджуються лише 47 % користувачів. За попередніми прогнозами цей маркетинговий засіб до 2019 року поглине орієнтовно 72 % цифрових витрат на рекламу [3].

У зв'язку з оновленнями алгоритму Google широкого застосування набув пошуковий маркетинг, адже в минулому році 60 % людей почали активно використовувати голосовий пошук. При цьому, середня кількість кінцевих результатів такого пошуку в мережі знизилася з 10 до 8,5, а середня тривалість вмісту на першій сторінці Google становила 1890 слів. Разом із цим, пошукова система Google продовжує надавати пріоритет власним оголошенням над звичайними списками, але текстові об'єкти не точно відповідають запитам голосового зв'язку. Існує також великий попит на візуальний контент, оскільки виявлено, що пошукові системи та користувачі одночасно розвинули прихильність до письмового вмісту з довгою формою.

Незважаючи на появу нових стратегій контент-маркетингу та маркетингу соціальних мереж, що привертають зараз найбільшу увагу, електронна пошта все ж залишається одним із найефективніших способів створення нових потенційних клієнтів і повернення покупців до повторної покупки. Дослідження електронного маркетингу виявили, що найкращим часом доби для надсилання електронних повідомлень є 4:00-19:00. Клієнти інтернет-торгівлі, які отримують декілька електронних листів, навіть після відмовлених у кошику замовлень, у 2,4 рази частіше завершують покупки, ніж ті, хто отримує лише один електронний лист.

Стосовно контент-маркетингу встановлено, що створення якісного змісту для будь-якого бренду є складним завданням, тим більше, що споживачі стають все більш вимогливі до тих засобів, із якими бажають взаємодіяти. На думку 48 % маркетологів, вирішальну роль у їх поточних маркетингових стратегіях відіграють фотографії та розповіді історій. У свою чергу, 72 % маркетологів стверджують, що створення якісного контенту є найефективнішою тактикою SEO (пошукової оптимізації), яка стала однією з найбільш пріоритетних напрямів інтернет-маркетингу, на чому базується цілий цифровий маркетинг. Пошукова оптимізація забезпечує розширення кількості відвідувачів на веб-сайті, збільшуючи рейтинг веб-сторінок

пошукової системи для цього веб-сайту. В свою чергу, контент-маркетингу коштує на 62 % менше, ніж традиційний маркетинг, і дає приблизно в 3 рази більше потенційних клієнтів.

Бренди, які інвестують у контент-маркетинг, бачать його суттєві переваги, але мало хто вважає, що вони дійсно отримують найбільшу користь від цього маркетингового засобу впливу на цільову аудиторію. Так, бренди проводять 25-43 % свого маркетингового бюджету за контентом, але тільки 23 % вважають, що дають вірну інформацію для потрібної аудиторії та забезпечують її в потрібний час і правильному форматі. Крім того, стратегічне планування і виконання контент-маркетингу все ще залишається складним завданням, тому більшість рекламодавців знають, що вони можуть створювати більш ефективний контент.

Особливої популярності в останні роки набув маркетинг соціальних мереж (SMM), що обумовлено успішністю ведення інтернет-торгівлі з врахуванням особливостей життя різних клієнтських груп. Соціальні медіа стали найпопулярнішою тактикою контент-маркетингу для 90 % підприємств сфери B2B. Серед B2B-маркетологів 94 % використовують LinkedIn як частину власної контент-стратегії. До числа інших популярних платформ віднесені Twitter (87 %), Facebook (84 %), YouTube (74%) і Google+ (62 %). Наступним найбільш популярним маркетинговим інструментом виявились ілюстрації та фотографії (87 %), електронні бюлетені (83 %), відеозаписи (82 %) і статі на веб-сайтах (81 %). Тому бренди розуміють, що соціальні медіа, по суті, є пріоритетним інструментом публікування цікавого контенту, а не засобом швидкого досягнення бажаних результатів від маркетингу.

Маркетологи, які використовують інструменти автоматизації, кажуть, що найбільшим бар'єром для розширеного маркетингу є час, тоді як ті, хто не автоматизує свої дії, говорять, що бюджет є їх найбільшим бар'єром. Проте вибір правильних інструментів автоматизації – це мистецтво, яке платить за себе і звільняє більше часу, щоб зосередитись на збільшенні маркетингової рентабельності інвестицій. Саме тому автоматизація стане однією з ключових засад інтернет-торгівлі, так як фахівці усвідомлюють, що мова йде не стільки про витрати, як про можливість заробляти на ефективних продажах натомість.

Таким чином, для забезпечення подальшого розвитку маркетингу інструментарію в інтернет-торгівлі необхідно враховувати інноваційні, управлінські та соціальні впливи.

#### *Список використаних джерел*

1. Галочкін О. В. *Стан електронної торгівлі в Україні: реалії та перспективи* / О. В. Галочкін, О. О. Галочкіна – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bsfa.edu.ua/files/konf/22032013/s5/Halochkin.pdf>
2. *Розвиток маркетингу в умовах глобалізації: сучасні тенденції та перспективи: монографія* / за ред. проф. Р. В. Федоровича – Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2015. – 411 с.
3. *Twenty digital marketing stats you need to know in 2018* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ventureharbour.com/digital-marketing-statistics-charts/>

**Вовчанська О. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСНОВНІ ФОРМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КО-МАРКЕТИНГУ**

В умовах конкурентного середовища до найбільш оптимальних форм маркетингу, що допомагає збільшувати продажі скорочуючи витрати на маркетинг належить ко-маркетинг (cross-marketing, co-marketing) або спільний маркетинг.

Основні тенденції розвитку ко-маркетингу розглядають у своїх працях іноземні та вітчизняні вчені, такі як: Н. Хмелькова [5], Л. Капустина [1], Н. Загороднова, И. Манн, И. Любарский, Е. Карасюк, М. Гуртовенко та ін.

Існує безліч визначень поняття “ко-маркетинг”, які можна згрупувати наступним чином: 1) форма маркетингової діяльності, яка передбачає партнерську взаємодію двох і більше підприємств, для створення нових пропозицій, товарів і послуг; 2) спільне просування товарів декількома підприємствами, продукція яких доповнює одна одну; 3)

організований спільний захід двох або більше підприємств з просування своєї продукції; 4) обмін цільовими клієнтськими групами різнопрофільних підприємств та ін. [1-2, 4-5]

До переваг ко-маркетингу належать:

- можливість знизити витрати на просування бренду;
- просте залучення клієнта до першої покупки, якщо він симпатизує іншому бренду;
- можливість стимулювати продажі в короткий термін, що дозволяє збільшити обсяги продажу;
- доступ до нової аудиторії;
- залучення необхідних асоціацій до бренду;
- додаткова реклама, PR, створення позитивного іміджу компанії.

Прикладами крос-маркетингу можуть бути: акція магазину дитячих товарів та дитячої перукарні, пропозиція комплексу послуг при покупці комп'ютерної техніки та програмного забезпечення плюс обслуговування, продаж смартфона з пільговими умовами від оператора мобільного зв'язку або за спеціальною ціною в конкретному салоні.

В цілому ко-маркетинг дозволяє вирішити наступні завдання:

- отримати доступу до нових клієнтів;
- збільшити обсяги продажу при збільшенні бази клієнтів;
- зекономити витрати на рекламу (витрати розподіляються між учасниками ко-просування);
- можливість використати нові канали комунікації і партнерські ресурси;
- підвищити впізнаваність бренду, що особливо актуально для підприємств, які щойно вийшли на ринок і завойовують свою нішу;
- можливість отримати новий досвід, а також обмінятися ним з колегами.

До популярних форм спільного маркетингу (cross-marketing) належать: кросс-промоушн, ко-брендинг (co-branding), копакинг, випуск кобрендингових карт, коаліційна програма лояльності (coalition loyalty program).

Ко-брендинг – це взаємовигідне партнерство, об'єднання зусиль учасників альянсу, спрямоване на вирішення певних цілей за рахунок запровадження програм лояльності з використанням брендів і послуг, які вони виробляють для користувачів цієї програми [4]. Кобрендинг являє собою складну структуру і поділяється на два напрямки: тактичний і стратегічний. Тактичний кобрендинг вирішує питання взаємовигідної співпраці об'єднання зусиль тощо. Стратегічний кобрендинг вирішує більш складні питання, як-то відбір компаній для співпраці, створення альянсу із сильних компаній для великих націлених проєктів. Прикладами кобрендингу можуть бути: макаронні вироби і соуси; пральна машина і пральний порошок (подарунок і наступні знижки на витратні матеріали); принтер і папір і т.д.

Копакинг – стратегічний прийом, коли продукти продаються не по-одиначці, а пакетом. Технологія копакинг, як і більшість бізнес-технологій, прийшла до нас із заходу: термін co-packing походить від англійських “complect” (з'єднувати, поєднувати) і “packing” (упаковка). На заході в аналогічному значенні також використовуються терміни “product bundling” і “Co-Promotion”.

Копакинг вкрай не витратний, а тому поширений спосіб просування товару. Він дозволяє заощадити на промоутерах, зовнішній рекламі, безкоштовних зразках і дегустаціях, збути залежаний товар або терміново реалізувати товар з обмеженим терміном придатності, а також завоювати лояльність покупців, побалувавши їх подарунком [4].

При об'єднанні декількох товарів в одну упаковку, як правило враховується, що ці товари повинні бути близькі за призначенням, взаємодоповнювати або замінювати один одного. Наприклад, пральний порошок і ополіскувач для білизни, шампунь і гребінець, шоколадка і напій. Різновидів копакингу кілька: 1) подарунок за покупку (фірмова кружка прикладена до банки кави, а келих – до пляшки пива, ложечка – до чаю, мочалка – до гелю для душу, пазл – в упаковку дитячих йогуртів); 2) купи три і четверту отримай безкоштовно або “три за ціною двох” (однакові товари упаковуються в плівку по кілька штук); 3)

подарунковий набір (популярний механізм промо-акції у передсвяткові дні, коли потрібно неодмінно обдарувати не тільки членів сім'ї, але і товаришів, вчителів, вихователів, лікарів. Такий набір зазвичай містить кілька асортиментних позицій одного бренду. Наприклад, набір з декількох краваток або сувенірна упаковка віскі (Red Label, Black label, Gold label, Blue label); 4) лотерея та розіграш призів (хитрий різновид копакингу, при якому купувати більше закликає не упаковка товару по кілька штук, а обіцяні бонуси. Акції типу “купи упаковку – знайди індивідуальний код – вийшли SMS з номером коду – отримай приз” або “купуй продукт – збери певну кількість упаковок – прийшли поштою – отримай приз” досить часто і широко використовуються виробниками пива, майонезів, йогуртів, жувальної гумки та інших товарів) 5) оригінальний копакинг (наприклад, візьми кредит на суму 50000 грн. в “Укрсиббанк” і отримай плед в подарунок).

Кобрендингові карти – це кредитні або дебетові (розрахункові) карти, зазвичай мають особливий дизайн, що поєднує логотипи і фірмових партнерів по проекту. Розвиток ринку кобрендингових банківських карт розпочався з запуску західними банками спільних проектів з провідними альянсами авіакомпаній. З технічної точки зору такі карти нічим не відрізняються від звичайних VISA або MasterCard обраної категорії, але дають своїм клієнтам різні привілеї від партнера по проекту. У випадку з авіакомпаніями, зазвичай, це полягає в нарахуванні додаткових бонусних миль за покупки по карті, а не тільки за придбання квитків на рейси, можливості підвищити клас обслуговування або скористатися комфортабельними залами очікування в аеропорту. Обслуговування кобрендингових карт зазвичай дорожче, ніж стандартні умови в тому ж самому банку, але це з лишком компенсується бонусами при активному використанні. У більшості випадків кобрендингові дебетові карти “повертають” більший відсоток від суми покупок, ніж карти cash back, які повертають частину суми покупок готівкою на рахунок самої карти.

Як і будь-який інший інструмент ко-маркетингу, випуск спільних карт вигідний всім сторонам проекту: банки заробляють додаткові комісії за проведення операцій по картах, відсотки по використовуваних кредитних лімітах; компанії-партнери збільшують продажі, підвищують впізнаваність свого бренду і обізнаність цільової аудиторії про товари і послуги, а клієнти отримують додаткову винагороду за повсякденне використання карти.

Одним із найефективніших маркетингових інструментів, спрямованих на утримання споживачів підприємства, є програми лояльності. Коаліційні програми лояльності є трендом розвитку програм лояльності в усьому світі. Типовим складом учасників коаліційної програми лояльності на заході є: продуктовий супермаркет, банк, універсальний магазин, автозаправні станції, оператор мобільного зв'язку. Споживачі щомісячно витрачають 50-60 % своїх коштів у підприємствах вищезгаданого типу [3].

До переваг коаліційних програм лояльності відносяться: 1) можливість визначення споживачого переваг, дійсної платоспроможності споживачів та їх профілю; 2) отримання додаткового ефекту від програми – залучення нових споживачів, обмін базою споживачів з іншими підприємствами-партнерами; 3) відсутність конфлікту інтересів учасників програми; 4) велика різноманітність форм заохочення. Популярність коаліційних програм щорічно зростає. Однак практика показує, що крім відчутних переваг, така співпраця має і свої недоліки: складність економічних взаємовідносин між учасниками програми, інтеграція зусиль у використанні бази даних споживачів, розбіжність напрямів діяльності учасників програми. Тому при вступі в коаліційну програму необхідно зрозуміти цільову аудиторію потенційних партнерів і оцінити, наскільки вона збігається з цільовою аудиторією вашого підприємства, чи дійсно споживачі партнерів можуть стати вашими покупцями і принести вам вигоду.

Використання вітчизняними підприємствами вищерозглянутих маркетингових технологій (кожна з яких має свої переваги й недоліки), сприятиме досягненню маркетингових та управлінських цілей, підвищенню конкурентоспроможності і товарів, і підприємства, посиленню позицій на ринку.

### Список використаних джерел

1. Капустина Л. М. Ко-брендинг в системе маркетинговых альянсов компаний : монография / Л. М. Капустина, Н. В. Хмелькова. – Екатеринбург: Издательство Урал. гос. экон. университета, 2010. – 209 с.
2. Ко-маркетинг : [Електронний ресурс] // Маркетинг. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Ко-маркетинг>.
3. Коалиционные программы лояльности [Електронний ресурс] // Центр финансовых технологий : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.cftgroup.com/cftgroup/products/coall-loyalty.html>.
4. Кросс-маркетинг как эффективная технология ко-маркетинга [Електронний ресурс] // Ко-маркетинг. – Режим доступу : <http://co-marketing.ru/cross-marketing/>.
5. Хмелькова Н. В. Сетевые взаимодействия в маркетинговой деятельности компаний (comarketing) : [монографія] / Н. В. Хмелькова. – Новосибирск : ЦРНС, 2009. – 98 с.

**Макогін З. Я.**  
к.е.н., доцент,  
**Андрусейко Р. Я.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## ТУРИЗМ ЯК ПРИБУТКОВА ГАЛУЗЬ ЕКОНОМІКИ НІМЕЧЧИНИ: ПРИКЛАДИ ДЛЯ УКРАЇНИ

В умовах розвитку глобалізаційних процесів міжнародний туризм став однією із основних галузей розвитку національних економік більшості держав світу. Для прикладу, туризм у Німеччині в середньому забезпечує більш як 10 % валового внутрішнього продукту країни. Безпосередньо в туристичній сфері створено більш як 6 мільйонів робочих місць, що становить 14 % усіх найманих працівників у країні (табл. 1), а галузь туризму займає друге місце після автомобілебудування. Німеччина приваблює як центр ділового туризму завдяки всьляким виставкам, конференціям. Поряд із Францією, вона є лідером за кількістю виставок автомобільної спеціалізації. З 64 виставок цієї спеціалізації у Німеччині щорічно проводиться близько 11. Це пояснюється тим, що Німеччина є одним зі світових лідерів у машинобудуванні, зокрема у виробництві легкових автомобілів.

Таблиця 1

### Вплив галузі туризму на економіку Німеччини

	2016 р. млн дол. США	2016 р. у %	2017 р. зростання у %
Вплив на ВВП	376,7	10,8	1,2
Вплив на зайнятість	6,086	14	0,4
Внутрішні витрати	319,7	9,2	1,4
Витрати на дозвілля	288,0	3,1	1,7
Бізнес витрати	78,4	0,8	1,7
Капіталовкладення	27,2	3,9	4,8

За: [1]

Щорічно Німеччину відвідують близько 18 млн туристів, кожен з яких проводить в готелі не менше двох ночей. Можна виокремити такі основні чинники, які приваблюють туристів в країну: висока концентрація історичних і культурних пам'яток; спрощений візовий режим (можливість широкого спектра комплексних турів); високий рівень сервісу. Концепція розвитку національної туристичної галузі базується на 4-х “китах”: “культурний туризм”, “зелений туризм”, “подієвий туризм” та “інтернет-технології”. Здійсненням конкретних кроків у цьому напрямі займається Німецький центр туризму (рис. 1).

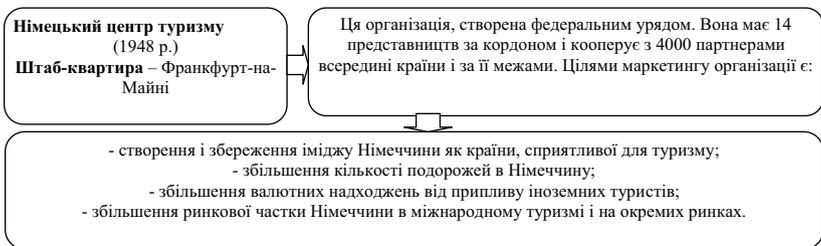


Рис. 1. Характеристика Німецького центру туризму *(складено автором)*

Так, для залучення українців у Німеччину Центром пропонуються такі заходи: – ярмарки, виставки, конференції й ділові поїздки; – “wellness”, фітнес, оздоровлення; – мова й освіта.

Близько 60 % міжнародних ярмарків-виставок Європи проводяться в Німеччині, де виникло близько 20 великих ярмаркових центрів. Найдавніші ярмаркові центри в Німеччині – Лейпциг, а також Кельн, Франкфурт-на-Майні, Ганновер, Мюнхен, Дюссельдорф, Ессен. Серед європейських ярмаркових центрів усі вони вирізняються високою часткою іноземних учасників. У Берліні щорічно проводиться найбільша міжнародна туристська виставка-ярмарок (International Tourisms Borse).

Що стосується України, то на галузь туризму приносить лише 2 % ВВП країни. Такі дані дають підстави оцінити поточну ситуацію як незадовільну та неконкурентоспроможну. Причинами цього є недостатнє кадрове забезпечення сфери туризму та кваліфікація працівників (серед загальної кількості працівників нашої країни поки що тільки 21 % – кваліфіковані, а в Японії – 72, Німеччині – 56, США – 43 %), висока вартість готельних номерів, застарілий матеріально-технічний комплекс, невідповідність рівня сервісу міжнародним стандартам, передбаність багатьох пам’яток культури та історії, низка проблем екологічного, економічного і соціального характеру та ін. [2, с. 2].

У сучасних умовах господарювання на розвиток туризму в Україні також негативно впливає напружена політична ситуація. Анексія Криму, події на сході та півдні України вже сьогодні спричинили зміни в структурі та об’ємах в’їзних і внутрішніх туристичних потоків. Окупація Криму призвела до втрати близько 30 % рекреаційно-туристичного потенціалу. Відповідно, частина українських туристів, яка надавала перевагу відпочинку біля моря, змушена їхати за кордон або відмовитися від такого виду відпочинку [3, с. 99].

На наш погляд, перспективними видами туризму в Україні можуть стати гастрономічний та зелений туризм. Головними містами гастрономічного туризму, які користуються популярністю серед закордонних та вітчизняних туристів, є Київ, Одеса та Львів. В Одеській області пропонують тури “Гастрономічна Бессарабія”, “Фрумушіка-Нова”, що дозволяють ознайомитися з гастрономічними особливостями болгарського, гагаузького та молдавського народів, наблизитися до їх культури. А найбільш пріоритетними районами для розвитку сільського зеленого туризму в Україні є: Закарпатський, Івано-Франківський, Вінницький, Київський, Львівський, Полтавський.

Отже, створення вітчизняного конкурентоспроможного туристичного продукту та популяризація його у світі вимагає від уряду запровадження наступних заходів:

- розбудову транспортної інфраструктури;
- збільшення фінансування галузі з метою модернізації інфраструктурних об’єктів;
- підвищення кваліфікації працівників туристичної індустрії;
- впровадження потужної маркетингової та рекламно-інформаційної діяльності вітчизняного туристичного продукту;

- залучення до діяльності на українському авіаринку європейських лоу-кост компаній;
- популяризація національного туристичного бренду за кордоном, адже іноземні туристи переконані, що в Україні війною охоплена вся територія країни, а не окрема її частина та ін.

#### **Список використаних джерел**

1. *Travel & tourism economic impact 2017 Germany* : [Electronic resource]. – Accessed mode : <https://www.wtc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/germany2017.pdf>.
2. Макогін З. Я. Сучасні тенденції та перспективи розвитку міжнародного туризму в Україні / З. Я. Макогін // *Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення* : [Текст] : зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф., 23 березня 2017 р. / Міністерство освіти і науки України, Львівський державний інститут економіки і туризму. – Львів : ЛІЕТ, 2017. – С. 167-173.
3. Гук Н. А. Міжнародний туризм в Україні: реалії та перспективи / Н. А. Гук // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. – 2016. – Вип. 7, Ч 1. – С. 99-102.

**Семів Г. О.**

к.е.н.

Національна академія сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного, м. Львів,

**Семів С. Р.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **НАПРЯМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ВИДІВ АВТОМОБІЛЬНОГО ПАЛЬНОГО**

Сьогодні частка альтернативних видів автомобільного пального на вітчизняному ринку не перевищує 10 %. Але, зважаючи на швидке вичерпання запасів нафти в Україні та у головних світових постачальників нафти, підвищення вимог до екологічної безпеки, необхідність зменшення енергетичної залежності, пропозиція альтернативних видів пального буде у все більшій мірі впливати на конкурентне середовище на вітчизняному ринку світлих нафтопродуктів. Вказане обумовлює необхідність розробки механізмів стимулювання розвитку цього сегменту ринку автомобільного пального, формування його ефективної взаємодії з ринком світлих нафтопродуктів та іншими ринками й галузями національної економіки.

Низький рівень забезпечення України власною нафтою (на 15-20 %) та надмірна залежність від імпорту світлих нафтопродуктів зумовлює необхідність зменшення енергетичної залежності від імпортних поставок. Збалансуванню конкурентного середовища сприятиме розвиток таких сегментів вітчизняного ринку автомобільного пального:

- ринку стиснутого та скрапленого газу;
- ринку біопалива (біоетанолу та біодизелю);
- інфраструктури для зарядки електроенергією автомобілів з електричними моторами.

Важливим завданням стимулювання розвитку ринку альтернативних видів пального, яке передбачене Енергетичною стратегією України до 2030 р., є активне впровадження заходів із заміщення рідкого моторного палива стиснутим і скрапленим газом. При цьому важливим є створення системи адміністративних та економічних важелів для переведення автомобільного транспорту на газове паливо, зокрема за рахунок:

- передбачення підвищення вимог до якості моторного палива, особливо щодо вмісту шкідливих речовин;
- посилення контролю за дотриманням екологічних норм автомобільних викидів;
- проведення цінової політики на скраплений та стиснутий газ, спрямованої на забезпечення економічної доцільності переведення транспорту на цей вид палива;

– забезпечення розвитку конкуренції на ринках стиснутого і скрапленого газу, зняття бар'єрів доступу на ці ринки суб'єктів господарювання, незалежно від підпорядкованості і форм власності.

Україна володіє значним ресурсним потенціалом щодо розвитку ринку біопального (біодизелю та біоетанолу). Тому в Україні потрібно реалізувати ряд заходів на загальнодержавному рівні, які б сприяли стимулюванню виробництва і споживання біопального, а саме:

– створення системи субсидіювання та пільгового кредитування виробників біопального, врегулювання системи сплати акцизних зборів та податків на їх користь;

– надання цільових бюджетних коштів на фінансування виробництва;

– реалізація програм підвищення урожайності і раціональності вирощування сільськогосподарських культур, з яких виробляється біопальне, використання європейського досвіду у цій сфері;

– реалізація програм покращання інвестиційного клімату і залучення іноземних інвестицій у сферу виробництва і збуту біопального;

– підтримка впровадження сучасних технологічних процесів змішування пального на рівні НПЗ та нафтобаз;

– узгодження процесів розвитку ринку біопального з провідними виробниками автомобілів, стимулювання технічної адаптації автомобілів до повного чи часткового використання біопального;

– можливість вільного вибору споживачами типу пального (чистих світлих нафтопродуктів чи біопального) з врахуванням технічних характеристик автомобілів;

– розширення інформаційних програм, науково-дослідних розробок та технічної підтримки процесів розширення виробництва та споживання біопального;

– активізація маркетингових заходів із пропагування ефективного споживання біопального.

Перспективним інструментом впливу на конкурентне середовище на вітчизняному ринку автомобільного пального видається також стимулювання продажів автомобілів з повністю електричним і гібридним типом двигунів. Для цього необхідно розвивати інфраструктуру зарядки автомобільних електричних батарей, яка практично знаходиться на стадії зародження, хоча в європейських країнах набуває дедалі більшого розвитку. Стимулювання продажів автомобілів з електричним та гібридним мотором особливо актуальне у великих містах, оскільки дозволяє зменшити кількість шкідливих викидів, рівень шумового фону. Крім того, щоденні поїздки по місту не є віддаленими (в середньому 30-60 км на 1 автомобіль в європейських країнах), що дозволить експлуатувати автомобілі з невеликою потужністю акумулятора. На нашу думку, найбільш оптимальним варіантом для стимулювання продажів таких автомобілів є підтримка збуту автомобілів з гібридним мотором з можливістю підзарядки (PHEV – Plug in Hybrid Electric Vehicle), які передбачають заправку світлими нафтопродуктами, паралельну зарядку від електричної мережі і самостійну генерацію електроенергії під час руху. Можливими механізмами підтримки збуту таких автомобілів, продаж яких розпочався фактично з осені 2014 р. за рахунок виводу на вітчизняний ринок окремих моделей фірм Chrysler, Hyundai, Kia, Mitsubishi, Volkswagen, Volvo та деяких інших, є зниження ставки ввізного мита, запровадження державних дотацій на їх придбання, пільгове кредитування тощо.

Таким чином, розвиток ринку альтернативних видів автомобільного пального в Україні є вигідним з економічної, екологічної і соціальної точок зору. Проте недосконалість законодавчо-нормативної бази щодо державної підтримки виробників альтернативного пального значно гальмує цей процес, що вимагає здійснення реальних дій із втілення раніше прийнятих законодавчих актів, адаптації державних програм та стратегій розвитку ринку до стандартів та пріоритетів Євросоюзу.

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ ПРОГРАМУВАННЯ СЕКТОРАЛЬНО-ПРОСТОРОВОЇ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ

На сучасному етапі глобалізаційних та інтеграційних процесів зростає роль конкурентоспроможності не лише у міжнародному та національному вимірах, але й у регіональному. За таких умов вона є не лише багаторівневою ієрархічною системою, а й стає визначальним фактором забезпечення економічної безпеки або належного рівня економічної ефективності. Конкурентоспроможність одночасно є як цілло та мегаіндикатором рівня розвитку господарства, так і важливим складником ефективності державної або регіональної економічної політики.

Згідно з європейською практикою, конкурентоспроможність визначається рівнем реалізації інноваційного потенціалу регіонів і їх спроможності відповідати на глобалізаційні виклики. Європейський досвід формування нової парадигми регіонального розвитку передбачає створення умов для самовідтворення територій, ефективного використання конкурентних переваг з одночасним забезпеченням цілісності національного економічного простору. У методології формування механізмів стимулювання економічного розвитку країн-членів ЄС центральне місце займає концепція розумної раціональної спеціалізації, яка передбачає активізацію довгострокових структурних зрушень в економіці зі стратегічною орієнтацією на політику завоювання важливих унікальних ніш на глобальних ринках.

Підбір оптимальної стратегії регіонального розвитку для певної території може вивести її в число глобальних лідерів, а відсутність чіткої стратегії розвитку та механізмів її реалізації здатне поглибити регіональні суперечності та призвести до виникнення маргіналізованих зон. Це впливає з того, що регіональна конкурентоспроможність є за своєю суттю важливим структурним компонентом національної та глобальної конкурентної моделі, в основі якої лежить ієрархічність конкурентних складових, висока динаміка структурних змін на локальних ринках, інноваційна кон'юнктура на продукцію високотехнологічних галузей і специфіка здійснення регіональної політики, яка може пом'якшувати і посилювати конкурентне протистояння між регіонами як в межах країн, так і поза ними [1, с. 75].

Під стратегічним програмуванням розуміють цілеспрямований процес послідовного виконання певних кроків від визначення мети до її повної реалізації. Як відомо, одним з критеріїв формування регіональної політики країн-членів ЄС є програмування як розробка стратегії розвитку з урахуванням пріоритетних довгострокових і короткострокових цілей [2, с. 71]. Як нам видається, стратегія розвитку регіонів України має спрямовуватися на досягнення такої стратегічної мети, як забезпечення високого рівня конкурентоспроможності на інноваційних засадах.

Оскільки найвищою формою формування конкурентоспроможності є розробка програмно-цільових заходів, що передбачають наявність стратегії розвитку регіону на інноваційних засадах, то її розробка має базуватися не лише на врахуванні наявних ресурсів, а й на пошуку необхідних ресурсів для забезпечення інноваційного розвитку та їх ефективного використання.

Вітчизняні вчені залишаються одностайними у питанні важливості розробки для регіонів стратегії спеціалізації. С. Давимука та Л. Федулова її введення обґрунтовують тим, що, концентруючи ресурси знань і поєднуючи їх з обмеженим спектром пріоритетів економічної діяльності, регіони можуть стати конкурентоспроможними у глобальній економіці [3, с. 19]. О. Федірко сутність стратегії пов'язує зі спрямуванням на здобуття конкурентних переваг регіонів через розвиток науково-дослідницького та інноваційного потенціалу, інтегрованого з потребами місцевого бізнесу для реагування на ринкові можливості, усунення фрагментації та дублювань організаційних зусиль [4, с. 340].

Реальна втрата науково-технологічного та інноваційного складників потенціалу конкурентоспроможності національної економіки і економіки регіонів актуалізує виявлення і розвиток унікальних галузей або видів економічної діяльності, що складають міжнародну

спеціалізацію регіональних економік у межах національної економічної макросистеми. Регіональна спеціалізація передбачає довгострокові структурні зрушення в економіці регіону, тобто реалізацію політики фокусування і концентрації унікальних ресурсів з цільовою функцією на глобальних ринках. Концепція регіональної спеціалізації займає центральне місце у розробці механізмів стимулювання економічного розвитку країн ЄС. Для вітчизняних регіонів це насамперед сфери, що найбільше забезпечують конкурентні переваги, виявлені нами у попередньому підрозділі, а також найбільш проблематичні напрями, що потребують вирішення. Наприклад, частина регіонів України є імпортозалежними від паливних ресурсів. При правильному переході до економіки інноваційного типу можливе реальне зниження залежності економіки від рівня цін на природні ресурси. Обґрунтування стратегічних пріоритетів має узгоджуватися з налагодженням виробництва з високою доданою вартістю, утилізацією побутових і спеціальних відходів, створенням умов для покращення якості життя, розбудови транспортної інфраструктури тощо. Окремим підходом до розроблення стратегій спеціалізації для регіонів може слугувати врахування природних факторів, зокрема розміщення, можливість виходу до моря або водних артерій, сприятливі кліматичні умови або родючі ґрунти. Звідси випливає секторально-просторова спеціалізація регіонів України.

Регіональна спеціалізація, за М. Портером, стимулює зростання продуктивності та інновації, що підтверджується досвідом США. Зокрема, у Кремнієвій долині розташовані динамічні кластери компаній, спеціалізованих у мікроелектроніці та біотехнологіях, у Сан-Франциско функціонує кластер мультимедійних компаній, у Лос-Анджелесе – кластер оборонних та аерокосмічних компаній, у Сан-Дієго – кластер фармацевтичних компаній і компаній з виробництва аналітичних приладів [5, с. 214]. Сучасна інноваційна парадигма, за В. Івановим, поширює інновації не лише на наукову сферу, а й на медицину, освіту, культуру, управління [6, с. 87], тому стратегічна ціль регіональної спеціалізації регіону має передбачати створення умов для підвищення якості життя населення та транспарентних умов ведення інноваційного бізнесу.

Розробка стратегії і програми регіональної просторово-секторальної спеціалізації передбачає визначення суб'єкта, об'єкта, мети, завдань і методів реалізації, а також обсягів необхідних ресурсів, фінансових та інформаційних; окреслення базових принципів співпраці зацікавлених осіб та інституцій, відповідальних за реалізацію стратегії і моніторинг досягнення результатів. Відповідно до стратегії, регіон має функціонувати як соціально-економічний суб'єкт мезосистеми у складі національної макросистеми, з цільовою функцією забезпечення стабільності конкурентних позицій і їх утримання у майбутньому на інноваційних засадах. Пріоритетні інноваційні програми та проекти слід вносити до регіональної Стратегії спеціалізації регіонів з виокремленням пілотних проєктів, закріпленням відповідальних – представників органів влади, громадянського суспільства, наукового середовища.

Динамічна конкурентоспроможність регіонів належить до стратегічних домінант економічної безпеки розвитку держави, тому розробка диференційованих стратегій регіональної просторово-секторальної спеціалізації має відповідати цілям державної регіональної політики збереження економічної безпеки.

#### *Список використаних джерел*

1. Чужиков В. І. *Глобальна регіоналістика: історія та сучасна методологія: монографія* / Чужиков В. І. – К.: КНЕУ, 2008. – 272 с.
2. Лізанець М. В. *Стратегічне програмування транскордонного співробітництва прикордонних регіонів України* / Лізанець М. В. // *Науковий вісник Ужгородського університету*. – 2015. – Вип. 2(46). – С. 71-74.
3. Давимука С. А. *Передумови формування та розвитку креативної економіки регіонів* / Давимука С. А., Феудулова Л. І. // *Регіональна економіка*. – 2016. – №1. – С. 12-20.
4. Федірко О. *Теорія і практика локалізації інноваційної бізнес-діяльності в ЄС: монографія* / Федірко О. – К.: КНЕУ, 2017. – 528 с.
5. Японская экономическая модель: Может ли Япония конкурировать? / М. Портер, Х. Такеуті, М. Сакакибара; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 262 с.
6. Іванов В. В. *Інноваційна парадигма XXI: монографія* / Іванов В. В. – М.: Наука, 2011. – 239 с.

## АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ ВІТЧИЗНЯНОГО ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ

Реальні перспективи вітчизняної економіки на сучасному етапі значною мірою пов'язані із ефективним розвитком внутрішнього ринку, що може бути реалізовано за рахунок посилення орієнтації вітчизняних підприємств на задоволення потреб внутрішнього ринку та розвитку виробництва імпортозаміщуючих товарів.

Як зауважують вітчизняні дослідники, в економіці країни постала гостра потреба у зниженні імпортозалежності товарних ринків, створенні умов для пом'якшення зв'язку з кон'юнктурою зовнішніх ринків, забезпеченні позитивного впливу імпорту на виробництво, зміцненні на цій основі конкурентоспроможності вітчизняної економіки [1].

Варто зазначити, що виробництво імпортозамінної продукції має відбуватись паралельно з розвитком експортоорієнтованих галузей, що передбачає одержання довго та короткострокових ефектів для розвитку національної економіки. Мотивація ж виробників, що включаються до імпортозаміщуючих галузей визначається існуванням внутрішнього попиту на певну імпортну продукцію. Відповідно до концептуальних засад, імпортозаміщуючі галузі мають перерости у експортоорієнтовані з інтенсивним вивезенням замінників імпорту за межі країни [2, с. 90]. Таким чином процес імпортозаміщення передбачає чотири послідовні етапи (рис. 1).



Рис. 1. Етапи процесу імпортозаміщення [2]

Важливо, що за поточних вітчизняних реалій умови заміщення імпорту значною мірою відрізняються від класичної схеми, що ґрунтувалася на поєднанні: дефіциту бюджету, торговельному протекціонізмі та змінненні грошової одиниці (рис. 2). Проведенні дослідження інструментів стимулювання платоспроможного попиту та розвитку внутрішнього ринку загалом та економічна ситуація, що склалася, доводять необхідність підтримання бездефіцитного бюджету та міцної грошової одиниці, а членство у СОТ вимагає продовження процесу лібералізації зовнішньої торгівлі. Тому стратегія імпортозаміщення ускладнюється умовами підтримки ревальвації грошової одиниці на фоні профіциту

бюджету та лібералізації. До того ж, реалізація політики заміщення імпорту як варіанту розширення внутрішнього ринку за відповідних умов певною мірою усуває суперечності внутрішньоорієнтованої стратегії, пов'язані із погіршенням платіжного балансу внаслідок політики стимулювання платоспроможного попиту.

Проте, стратегія імпортозаміщення в Україні, на думку більшості аналітиків, не можлива без супроводу імпортової політики (особливо на початкових етапах реалізації), що виявляється в удосконаленні структури імпорту шляхом збільшення частки товарів, насамперед інвестиційного призначення, організація виробництва яких на території країни є неможливою чи неефективною. Основне завдання імпортової політики на сучасному етапі – оптимізація розподілу платоспроможного попиту між продукцією національних товаровиробників та імпортованими товарами, що відбувається в процесі конкурентної боротьби на внутрішньому ринку в умовах лібералізованої економіки. Хоча, в умовах України конкурентоспроможність національних економічних суб'єктів перебуває під пресом низки макроекономічних та позаконотомічних чинників, які виключають досконалість умов конкуренції.

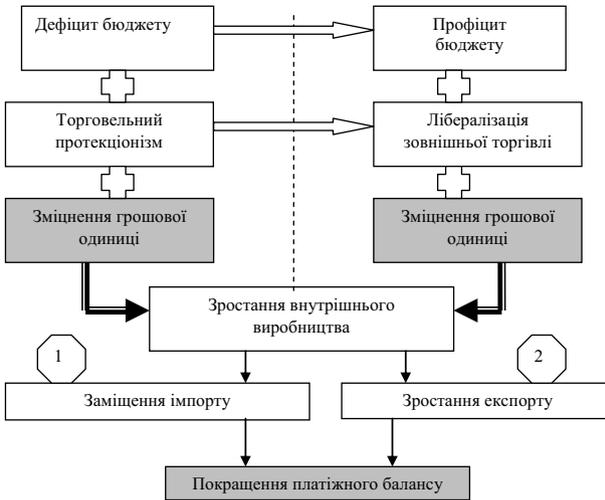


Рис. 2. Середовище реалізації стратегії імпортозаміщення (складено автором)

Сьогодні на підтримку від держави можуть розраховувати лише обмежена кількість підприємств, що належать власникам наближеним до влади, а решта виробників відчувають на собі лише постійний адміністративний та фіскальний тиск та невпевненість у тому, що можуть захистити власний бізнес. Такі умови створюють конкурентні умови на ринку та не сприяють здійсненню інвестицій у виробництво. В Україні також спостерігається дуже висока концентрація капіталу, що ще більшою мірою ускладнює можливості ринкової конкуренції. Без реальної дерегуляції підприємницької діяльності та покращення інвестиційного клімату збільшення обсягів вітчизняного виробництва не відбудеться.

#### Список використаних джерел

1. Чех М. М. Імпортозаміщення та залучення прямих іноземних інвестицій в Україну / М. М. Чех., О. Б. Василюк, В. Т. Польовська // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 4. – С. 87-96.
2. Мельник Т. М. Імпортозалежність економіки України і пріоритети селективного імпортозаміщення / Т. М. Мельник, К. С. Пугачевська // Економіка України. – 2016. – № 4. – С. 29-44.
3. Dargin J. Promoting Industrialization: Trade and Industrialization Strategies for the Global South / J. Dargin // Working Paper. – 2011. – 26 p.

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

В сучасних умовах посилення глобалізаційних тенденцій розвиток економіки неможливий без активізації її зовнішньоекономічних зв'язків. Тому одним з пріоритетних завдань державної зовнішньоекономічної політики повинно стати формування оптимальної стратегії зовнішньої торгівлі і, зокрема, розширення експортної діяльності.

На жаль, економічні реалії України демонструють збереження тенденції існування від'ємного зовнішньоторговельного сальдо, що, вочевидь, є свідченням неспроможності вітчизняних експортерів витримувати жорстку конкурентну боротьбу на світовому ринку товарів та послуг. З відкриттям для українських товаровиробників вільного ринку ЄС у 2016 році не відбулося різкого зростання обсягів нашого експорту. На даний час актуальною проблемою є визначення основних напрямків та ефективних інструментів підвищення експортного потенціалу України. Експортний потенціал держави визначається обсягами товарів і послуг, що можуть вироблятися в країні і реалізовуватися в подальшому на світовому ринку з максимальною вигодою для цієї країни. Це, по-суті, потенційна спроможність і можливість країни експортувати наявні та нарощувати експорт нових виробів, ресурсів і послуг. Експортний потенціал є тісно пов'язаним з конкурентоспроможністю продукції, що призначена для реалізації на світовому ринку.

Можна виділити комплекс внутрішніх і зовнішніх чинників, які здійснюють вплив на український експорт. До внутрішніх належать наступні:

- невідповідність норм українського законодавства у сфері управління здійсненням і розвитком експортної діяльності нормам, які є прийняті у міжнародній практиці;
- невисока конкурентоспроможність вітчизняної промислової продукції, що обумовлена низькою ефективністю виробництва, високою енерго- та матеріаломісткістю продукції, високим рівнем спрацьованості основних виробничих фондів, відсталістю технологічної бази більшості галузей національного господарства тощо;
- складний фінансовий стан переважної більшості підприємств обробної промисловості і конверсійних виробництв, що у неможливе інвестування у перспективні експортні проекти за рахунок внутрішніх ресурсів;
- недіагностований розвиток вітчизняних систем сертифікації і контролю якості експортної продукції на фоні значного посилення вимог до споживчих і екологічних характеристик, а також до безпеки продукції, яка реалізується на ринках промислово розвинених країн;
- випереджаюче зростання цін на продукцію та послуги природних монополій у порівнянні зі збільшенням цін на вироби обробної промисловості та продукцію агропромислового комплексу;
- брак спеціальних знань і досвіду роботи у сфері експорту у більшості українських підприємств, а також недостатня координованість їх діяльності на зовнішніх ринках [1].

До категорії зовнішніх чинників належать: посилення міжнародної конкуренції протягом останнього десятиліття; зростання вимог споживачів до якості продукції, зумовлене впровадженням у виробництво інноваційних технологій; використання країнами засобів "прихованого" протекціонізму, а також політичної підтримки розвиненими країнами своїх експортерів; збереження елементів дискримінації українських експортерів за кордоном; низький світовий рейтинг надійності України для кредиторів та інвесторів, що стримує процес залучення іноземних фінансових ресурсів та їх використання для розвитку експортного потенціалу країни; низька ефективність політики України в напрямі міжнародної економічної інтеграції.

Тому необхідним є формування цільової системи заходів державного стимулювання та вдосконалення експорту, серед яких слід реалізовувати наступні:

- 1) фінансове сприяння держави вітчизняним експортерам, в тому числі із залученням коштів державного бюджету, яке передбачає використання механізмів кредитування експорту, страхування експортних кредитів, надання державних гарантій;
- 2) використання важелів податкового регулювання у напрямку податкового заохочення експортерів;
- 3) збільшення високотехнологічних товарів у структурі українського експорту;
- 4) підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках;
- 5) поліпшення інформаційного забезпечення зовнішньоторговельної діяльності і вдосконалення системи зовнішньоторговельної інформації [2].

Що стосується останнього заходу, власне з метою інформування вітчизняних експортерів про експортні можливості за кордоном та допомоги у їх виході на іноземні ринки відповідно до Наказу Мінекономрозвитку № 1861 від 03 листопада 2016 року при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України було створено консультативно-дорадчий орган “Офіс з просування експорту”. Стратегічною метою Офісу є допомога українському бізнесу бути успішним на закордонних ринках шляхом розвитку експортних компетенцій українського бізнесу, промоції українських товарів та послуг за кордоном, допомоги в налагодженні співробітництва та партнерства між українським та закордонним бізнесом. Ті ж підприємці, які планують завойовувати ринки Європейського Союзу, мають можливість за необхідною інформацією та допомогою звернутися до Центру підтримки експортерів Постійного представництва України при Європейському Союзі [3].

#### **Список використаних джерел**

1. Алімова О. О. Експортний потенціал України: проблеми та перспективи реалізації / О. О. Алімова // *Державне управління*. – 2013: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=556>.
2. Лиськова Л. М. Підвищення експортного потенціалу України як передумова досягнення цілей регіональної торговельно-економічної співпраці / Л. М. Лиськова // *Європейські перспективи*. – № 9. – 2014: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILE=&2\\_S21STR=evpe\\_2014\\_9\\_4](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=evpe_2014_9_4)
3. Офіційний сайт міністерства економічного розвитку і торгівлі України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=2cbbc6a2-9bad-4bfa-b510-0735564407f0&tag=PoslugiZOrganizatsiiEksportu>.

**Яхно Т. П.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ У ФОРМУВАННІ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

Дослідження закономірностей, тенденцій та суперечностей розвитку споживчого ринку в трансформаційних суспільствах є надзвичайно актуальним завданням сучасної економічної теорії. Це зумовлено тим, що на цьому ринку переплітаються ключові інтереси населення і виробників кінцевої продукції. За своїм призначенням він виконує багатогранні функції життєзабезпечення населення; є механізмом зворотного стимулюючого впливу на весь комплекс галузей економіки, а їх випереджаючий розвиток є передумовою прискорення темпів економічного зростання. Проте, диспропорції та структурні деформації механізму функціонування споживчого ринку призводять до зниження конкурентоспроможності національної економіки, спричиняють сповільнення економічного розвитку та погіршення добробуту населення.

Нині функціонування внутрішнього споживчого ринку відбувається під істотним впливом глобалізаційних процесів, наслідки яких особливо суперечливо проявилися в період світової фінансово-економічної кризи. У ряді країн зниження споживчих витрат населення

спричинило істотне скорочення обсягів виробництва і споживання продукції споживчого призначення, зменшення обсягів експортно-імпортних операцій, що призвело до сповільнення темпів зростання національних економік.

В Україні проблеми підвищення ефективності функціонування споживчого ринку набувають особливого науково-теоретичного та практичного значення. Через цей ринок реалізується близько 87 % грошових доходів населення країни. Зростає його роль і в формуванні ВВП (близько 65 %), збільшенні обсягів вітчизняного виробництва, підвищенні інвестиційної активності. У свою чергу, невідповідність рівня розвитку вітчизняного споживчого ринку світовим стандартам негативно позначається на соціальній та економічній мотивації громадян, не задовольняє повною мірою потреби населення у споживчих товарах і послугах, зумовлює макроекономічну нестабільність та посилює соціальну напругу в суспільстві.

Продовольча безпека держави є важливою складовою частиною економічної безпеки, яка в свою чергу є частиною суспільної безпеки держави. Продовольча безпека держави – це ступінь забезпеченості населення країни екологічно чистими і корисними для здоров'я продуктами харчування вітчизняного виробництва за науково-обґрунтованими нормами і доступними цінами при збереженні і поліпшенні середовища проживання. Продукти харчування у життєвій діяльності людини відіграють особливу роль. Експерти вважають, що за життя сучасного покоління продовольча проблема може перерости у глибоку міжнародну кризу.

Центральним елементом продовольчої безпеки є забезпеченість продуктами харчування, а в її структурі варто виділити чотири складові. Доступність продуктів харчування виявляється у трьох формах. Фізична доступність передбачає просту наявність на споживчому ринку життєво необхідних продуктів, економічна доступність включає фінансову можливість їх отримати, а соціальна – мінімальну диференціацію у споживанні головних груп продуктів серед різних верств населення.

Забезпечення ефективного функціонування системи продовольчої безпеки безпосередньо залежить від: стійкості підсистеми забезпечення; структурних змін в АПК, інвестиційної політики, формування підсистеми технічного забезпечення, удосконалення податкового законодавства, організації банківського обслуговування, створення товарних запасів матеріально-технічних засобів, діючої системи страхування урожаїв і майна підприємств АПК, науково-інформаційного забезпечення.

Виділяючи національну продовольчу безпеку як генеральну ціль аграрної політики пропонуємо зосередити увагу на наступних її аспектах: продовольчому, сільськогосподарському, зовнішньоекономічному, агропромислового, а також соціальному.

Ознаками стану продовольчої безпеки є: – забезпечення населення основними продуктами харчування за рахунок національного сільськогосподарського виробництва та інших галузей АПК; – підтримка на стабільно задовільному рівні обсягів виробництва основних продуктів харчування за кількісним асортиментом та якістю, що дозволяє забезпечити доступ до нього всім соціальним групам відповідно до медичних норм; – розвиток сільгоспвиробництва без порушення екологічної рівноваги та одночасне вирішення соціальних проблем села; – підтримання високої якості продовольчих товарів, тощо.

Зміни, які відбуваються в сучасному політичному, економічному, соціальному житті, вносять свої корективи. На сучасному етапі відбуваються істотні структурні зрушення на споживчому ринку, змінюються обсяги товарної маси та обсяги послуг, що на ньому циркулюють, змінюються ціни. У свою чергу, це спричиняє зростання обсягів і рівня економіки, ускладнення господарського розвитку, посилення суперечностей між виробником і споживачем, монополістичних тенденцій, тощо. За таких умов ринкова саморегуляція споживчого ринку неспроможна забезпечити ефективний і стабільний його розвиток та формування оптимальних соціально-економічних пропорцій.

Таким чином, роль споживчого ринку у реалізації економічної безпеки держави зводиться до реалізації таких завдань: економічних – ефективність функціонування

споживчого ринку визначає результативність діяльності всієї соціально-економічної системи; соціальних – на споживчому ринку задовольняються матеріальні і нематеріальні потреби людей, що забезпечує відтворення головної продуктивної сили суспільства – людського капіталу; технологічних – висока сприйнятливість споживчого ринку до нововведень є прискорювачем розвитку науково-технічного прогресу; політичних – забезпечення економічної, передусім, продовольчої безпеки.

**Шевчук С. В.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## ВОЛАТИЛЬНІСТЬ ОБМІННОГО КУРСУ ГРИВНІ ТА ІНФЛЯЦІЯ В УКРАЇНІ

Для України досить добре задокументовано інфляційний вплив девальвації обмінного курсу [1, с. 47-57; 2, с. 28-31; 3, с. 213-220; 8, с. 34-47], що загалом притаманно доларизованим економікам з низьким рівнем доходу [5, с. 98-108]. Проте вагомий інфляційний “перенос” (*англ.* pass-through) обмінного курсу так само виявлено для країн Центральної і Східної Європи, які загалом позбулися доларизації ще у 1990-х років; в середньому кожен відсоток знецінення грошової одиниці позначається прискоренням інфляції споживчих цін на 0,5-0,6% [4]. Зрозуміло, що така структурна риса обмежує ефективність політики гнучкого курсоутворення як засобу підтримання макроекономічної рівноваги – доходу і платіжного балансу. У Китаї зв’язок між обмінним курсом та інфляцією виглядає дещо слабшим, але стабільність обмінного курсу тим не менше визнається важливою передумовою підтримання низької інфляції, що, зі свого боку, розглядається інструментальним чинником підтримання високого темпу зростання ВВП і стимулювання експорту [7, с. 900-912]. З іншого боку, не бракує емпіричних і теоретичних аргументів, що вища волатильність обмінного курсу може істотно послабити зв’язок між девальвацією грошової одиниці та інфляцією [6, с. 1113-1128]. Якщо традиційно слабкість ефекту “переносу” пояснювалася значною часткою товарів внутрішньої торгівлі у загальному рівні цін або практикою монопольного встановлення цін, то останнім часом підвищену увагу отримали такі чинники, як кошти виробництва і дистрибуції товарів, а також особливості оптимального форвардного ціноутворення. Це створює додаткові можливості для врахування чинника обмінного курсу та його волатильності.

Враховуючи нещодавній перехід до системи плаваючого обмінного курсу (весна 2014 р.), становить практичний інтерес уточнення функціонального зв’язку між обмінним курсом та інфляцією з врахуванням додаткового чинника – курсової нестабільності. Врахування волатильності обмінного курсу дозволяє зменшити помилку специфікації статистичних моделей інфляційного “переносу” [6, с. 1113-1128].

Для оцінки впливу волатильності номінального ефективного обмінного курсу (*англ.* nominal effective exchange rate – NEER) на інфляцію споживчих і оптових цін використано таку статистичну модель:

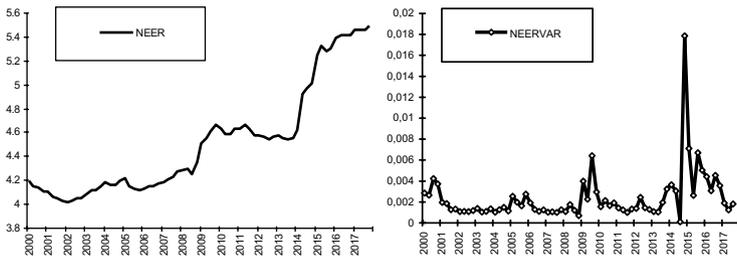
$$\Delta \ln P_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^n \alpha_i \Delta \ln P_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_i \Delta \ln W_{t-i} + \gamma \Delta \ln E_t + \eta \text{var}_t + \varepsilon_t, \quad (1)$$

де  $P_t$  – один з цінних індексів (2010=100),  $W_t$  – реальна заробітна плата в цінах 2000 р. (грн.),  $E_t$  – NEER (індекс, 2010=100),  $\text{var}_t$  – умовна дисперсія NEER,  $\varepsilon_t$  – стохастичний чинник,  $\Delta$  – оператор перших різниць.

Приймається, що інфляція споживчих або оптових цін,  $P_t^{CPI}$  і  $P_t^{PPI}$  відповідно, залежить від власних лагових значень, тобто має інерційний характер. Залежність від заробітної плати може відбивати реалії сукупного попиту, що зумовлює прискорення

інфляції внаслідок зростання доходів працюючих, або збільшення пропозиції робочої сили на ринку праці (це матиме антиінфляційний вплив). Загалом врахування чинника заробітної плати відповідає рекомендаціям щодо необхідності розширеної специфікації регресійних моделей інфляційного “переносу” від обмінного курсу, адже йдеться про шок, що стосується як сукупного попиту, так і коштів виробництва [6, с. 1113-1128]. Девальвація гривні найімовірніше зумовлюватиме прискорення інфляції ( $\gamma > 0$ ), тоді як вплив волатильності обмінного курсу невизначений ( $\eta < > 0$ ). Принагідно зауважимо, що у контексті стандартної моделі AD-AS вплив обмінного курсу теж стосується і сукупного попиту, і сукупної пропозиції.

Номинальний ефективний обмінний курс виявляє незначний спадний тренд в 2002-2008 рр., з початком світової фінансової кризи (осінь 2008 р.) відбулася девальвація гривні майже вдвічі, але надалі показник NEER стабілізувався на нижчому рівні (рис. 1а). Кризові явища 2014-2016 рр. позначилися черговим зниженням NEER, яке, втім, не виявляє ознак більшої нестабільності, ніж це спостерігалось у докризовий період. Показник волатильності обмінного курсу отримано за допомогою моделі GARCH (2,2). Виразно помітно, що в 2014-2016 рр. показник NEER став набагато волатильнішим; до цього подібне спостерігалось в 2009 р. (рис. 1б).



а) номінальний ефективний обмінний курс (індекс, 2010=100); б) волатильність обмінного курсу;

Рис. 1. Україна: показники обмінного курсу, 2000-2017 рр.

Джерело: Національний банк України

Отримані емпіричні оцінки за допомогою методу 2SLS для квартальних даних за період 2000-2017 рр. представлено у табл. 1. Включені змінні пояснюють 54 % змін інфляції споживчих цін та 22 % – інфляції оптових цін, що досить високий показник для регресійної моделі зі специфікацією залежних і незалежних змінних у перших різницях В обох випадках тест ADF засвідчує стаціонарність залишків регресійної моделі, що дозволяє адекватну інтерпретацію отриманих результатів.

Таблиця 1

Чинники інфляції споживчих і оптових цін

	$\alpha_1$	$\alpha_2$	$\beta_1$	$\beta_2$	$\gamma$	$\eta$	Статистика
$\Delta \ln P_t^{CPI}$	0,871 (8,56***)	-0,126 (-1,34)	-0,254 (-3,83***)	0,305 (4,97**)	0,234 (5,21***)	-2,481 (-2,13**)	$R^2=0,54$ ADF=-6,45***
$\Delta \ln P_t^{PPI}$	1,024 (6,58***)	-0,358 (-2,39**)	-0,034 (-0,33)	0,179 (1,98*)	0,283 (4,06**)	-1,569 (-0,89)	$R^2=0,22$ ADF=-10,13***

Примітка: в дужках подано t-статистику; \*, \*\*, \*\*\* означає статистичну значущість на рівні 10, 5 і 1% відповідно

Не викликає сумніву інерційність обох інфляційних показників (з лагом у квартал), що частково коригується з лагом у два квартали (це помітніше для інфляції оптових цін). За підсумком двох кварталів інфляція споживчих цін залежить від власних лагових значень на 0,75 %, а оптових цін – на 0,65 %. Підвищення заробітної плати початково не має очікуваного інфляційного впливу (що більше, інфляція споживчих цін навіть знижується), однак такий вплив з'являється з лагом у квартал. Сумарно підвищення реальної заробітної плати на 10 % позначається прискоренням інфляції споживчих цін на 0,5 %, а оптових цін – на 1,5 %, Зрозуміло, що сильніший вплив на динаміку оптових цін може пояснюватися відчутнішим подорожчанням продукції внаслідок зростаючих коштів робочої сили.

Отримані емпіричні оцінки підтверджують присутність інфляційного “переносу” від знецінення гривні для обох показників:  $P_t^{CPI}$  і  $P_t^{PPI}$ . Кожен відсоток зниження NEER призводить до прискорення інфляції споживчих і оптових цін на 0,23% і 0,28%, відповідно. Це вдвічі менше, ніж виявлено для країн ЦСЄ за даними 1990-2000-х років [4], але однаково високий показник. Водночас волатильність обмінного курсу виразно сповільнює інфляцію споживчих цін (регресійний коефіцієнт  $\eta$  є значущим на рівні 5%). Відповідний коефіцієнт для інфляції оптових цін теж виявився від’ємним і достатньо високим, але йому бракує статистичної значущості.

Загалом проведене дослідження дозволяє стверджувати, що для гальмування вітчизняної інфляції необхідно практикувати зміцнення гривні навколо доволі нестабільного девальваційного тренду. Зрозуміло, що в такому разі періоди локального зміцнення гривні повинні чергуватися з меншими за амплітудою періодами знецінення грошової одиниці. Можна припустити, що така поведінка обмінного курсу заохочуватиме відмову від практики встановлення цін у доларовому еквіваленті, яка зазвичай розглядається найбільш вірогідним поясненням сильного зв'язку між обмінним курсом та інфляцією (з одночасним браком гнучкості цін у бік зниження на випадок зміцнення грошової одиниці).

Оскільки волатильність обмінного курсу гривні для України є порівняно новим явищем, що контрастує з багаторічною політикою грошової стабільності *de facto*, майбутні дослідження мають не лише ідентифікувати механізми оберненого зв'язку з інфляцією споживчих цін, але й прояснити макроекономічний вплив волатильності у ширшому діапазоні показників: ВВП, промислове і аграрне виробництво, обсяги експорту-імпорту (в секторальному розрізі), приватні трансферти від працюючих за кордоном тощо. Також необхідно пояснити феномен досить незвичного короткочасного зниження інфляції після підвищення темпу зростання реальної заробітної плати.

#### Список використаних джерел

1. Бойко В. С. Логіка політичного циклу та стрімке гальмування інфляції в Україні в 2011-2012 рр.: мотивація, інструментарій та ймовірні наслідки // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2013. – Вип. 41. – С. 47-57.
2. Міщенко В., Солик А. Доларизація: причини та наслідки для економіки // Вісник НБУ. – 2007. – № 5. – С. 28-31.
3. Путьована О. М. Взаємозв'язок між інфляцією та доларизацією в Україні // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.11. – С. 213-220.
4. Beirne, J., and Bijsterbosch, M. Exchange Rate Pass-through in Central and Eastern European Member States // Working Paper Series No. 1120. – Frankfurt: European Central Bank, 2009. – 35 p.
5. Carranza, L., Galdon-Sanchez, J., and Gomez-Biscarri, J. Exchange rate and inflation dynamics in dollarized economies // Journal of Development Economics. – 2009. – Vol. 89. – Issue 1. – P. 98-108.
6. Corsetti, G., Dedola, L., and Leduc, S. High exchange-rate volatility and low pass-through // Journal of Monetary Economics. – 2008. – Vol. 55. – P. 1113-1128.
7. Jiang, J., Kim, D. Exchange rate pass-through to inflation in China // Economic Modelling. 2013. – Vol. 33. – Issue C. – P. 900-912.
8. Shevchuk V. The Impact of Anticipated and Unanticipated Exchange Rate Variability in Ukraine // Visnyk of the National Bank of Ukraine. – 2017. – No. 241. – P. 34-47.

## **ESTIMATION OF PROBABILITY OF INCIDENCES AND MORTALITIES OF THE MOST SERIOUS ONCOLOGICAL DISEASES**

The main aim of this presentation is to give an overview about some of the possibilities of estimation methods by which we can estimate the probability of incidences and mortalities of the oncological diseases, specifically by using Bayesian theory of credibility, binomial/beta model in contrast with maximum likelihood estimation (MLE). Oncological diseases are really serious because they are already occurred in childhood and grow rapidly during the lifetime. It is very dangerous how European population is affected by these diseases but not only in Europe. These oncological diseases threat the population all over the world. Bayesian theory of credibility could be appropriate method to determine and update these estimates, mainly in case of commercial and health insurance companies because of its advantages, as describe (Jindrová & Kopecká, 2017; Kopecká & Pacáková, 2017).

The next aim is to focus on comparison of advantages of Bayesian estimates in contrast with maximum likelihood estimations based on data related to oncological diseases and comparison of two eastern European countries, namely Czech Republic (CZE) and Ukraine (UKR). Data about cancer incidences and mortalities are obtained from database of World Health Organization (WHO) and Economic Co-operation and Development (OECD), specifically data relate to one group of cancers, namely trachea, bronchus and lung cancers. Next data about incidences for CZE and UKR are obtained from database of WHO for period 1985-2014 and data in connection with mortalities for the same two countries are obtained for period 1985-2015.

After that OECD database provides data about incidences of lung cancer in 2012 and mortalities of trachea, bronchus and lung cancer in 2015. These years are the latest available years for OECD countries. Both databases provide data related to incidences and mortalities of these cancers per 100 000 population. It means that number of population is still 100 000 ( $n = 100\ 000$ ) for each year.

MLE is the most commonly used estimation method for estimating parameters of probability distributions. This estimation method has very significant advantages but lots of disadvantages as well. Asymptotically normal distribution, asymptotically unbiasedness, asymptotic efficient, consistent and invariant belong among its advantages. On the other hand complicated calculation process, the necessity of large sample, using information from only one data resource belong to the significant disadvantages of MLE. These disadvantages are the reason for looking for another possibilities of estimation methods for example Bayesian estimates, as demonstrates (Pacáková, 2004).

For instance, Bayesian estimates remove some of disadvantages of MLE. The fundamental difference between classic estimates (MLE) and Bayesian estimates is estimated parameter, for example called  $\theta$  which is in case of classic estimates considered as a unknown constant but in case of Bayesian estimates it is considered as random variable with own probability distribution. It means that these estimates include data from two resources (data from own resources and data from foreign comparable risks). Smoother progress and determination of estimates for the year following after the last known year are the next advantages of Bayesian estimates in contrast with MLE. These following publications are focus on this topic (Jindrová & Kopecká, 2017; Kopecká & Pacáková, 2017; Pacáková & Kotlebová, 2014, Šoltés, 2009).

As mentioned above, development of probabilities of incidences and mortalities of trachea, bronchus and lung cancers is observed in two eastern European countries, namely CZE and UKR. According to database of WHO these two counties show decreasing trend in case of mortalities. However, decreasing trend exists only for UKR in case of incidences because CZE shows

increasing trend of incidences. In both cases it is presented that CZE has worse results than UKR within trachea, bronchus and lung cancers.

The most of causes causing incidences and mortalities of oncological diseases such as trachea, bronchus and lung cancers are revealed. However, the main causes making disparities in development of oncological disease among individual countries are not clear and this is reason for the next research in this field.

#### **References**

1. Jindrová, P. & Kopecká, L. (2017). Kvantifikace rizik pro úrazové pojištění. *Scientific Papers of the University of Pardubice – Series D. University of Pardubice: Faculty of Economics and Administration. vol. XXIV, no. 39, pp. 75-86.*
2. Kopecká, L. & Pacáková, V. (2017). Bayesian Estimation of Probability of Incidences of the Most Serious Oncological Diseases in the Czech Republic. In *Financial Management of Firms and Financial Institutions: Proceedings of the 11<sup>th</sup> International Conference Financial Management Firms and Financial Institutions. Ostrava: VŠB-Technical University of Ostrava. pp. 407-414.*
3. Pacáková, V. (2004). *Aplikovaná poistná štatistika. 3<sup>rd</sup> edition. Bratislava: IURA EDITION.*
4. Pacáková, V. & Kotlebová, E. (2014). Bayesian Estimation of Event Probability in Accident Insurance. In *European Financial Systems 2014: Proceedings of the 11<sup>th</sup> International Scientific Conference. Brno: Masarykova Univerzita. pp. 462-468.*
5. OECD. (2017). [online]. [2018-04-15]. Available from : <http://stats.oecd.org/>.
6. Šoltés, E. (2009). *Modely credibility na výpočet pojistného. 1<sup>st</sup> edition. Bratislava: EKONÓM.*
7. WHO. (2018). [online]. [2018-04-15]. Available from : <https://gateway.euro.who.int/en/>.

## СЕКЦІЯ 5 “МЕНЕДЖМЕНТ, ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА”

Мізюк Б. М.

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Зміни та їх прискорення торкаються усіх сфер суспільного життя, особливо характерні для туристичної галузі, та всієї сфери обслуговування. зміни та нові вимоги потребують нових інноваційних технологій. навчальна потреба в якісних нових фахівцях вимагає змінних традиційних підходів та методів здійснення навчального процесу, причому необхідне активне впровадження інноваційних технологій, що приводить до зміни цілей, завдань та умов набуття знань, навиків та умінь. Нові вимоги до результатів навчання і тут на перше місце виступають інтерактивні методи та технології, які забезпечують інтерес до вивчення, засвоєння та практичного застосування отриманих знань.

Слово “інтерактивний” є англійського походження. “Інтер” – це взаємний, “акт” – дія. Звідси “інтерактивний” означає взаємодіяти, знаходитись в постійній комунікації, сприяти отриманню певного запланованого результату. Оскільки взаємодіяти можна як з комп’ютером, так і з людиною, то інтерактивне навчання по суті є діалоговим, коли здійснюється постійний контакт в системі “студент” → викладач = компютер → студент. Можна сказати, що інтерактивна технологія – це спосіб організації формувати і засвоювати певні знання через послідовність певним чином скомпонованих дій, що полягають в активній між особовій взаємодії скерованій на досягнення поставлених цілей. Для того, щоб інтерактивна технологія була ефективною, вона повинна базуватись на таких принципах:

- активність учасників і зворотній зв’язок;
- право кожного учасника на свою позицію і думку;
- рівність позиції кожного учасника;
- довіра між учасниками.

На даний час, якщо мова йде про ступінь засвоєння навчального матеріалу, то за дослідженнями проведеними академією педагогічних наук співвідношення за різними формами навчання можна представити наступною трапецією.

Що є важливим у використанні інтерактивних технологій? Це, перш за все, спілкування. Інтерактивна технологія не змінює основного змісту навчання. Вона лише змінює форми, та способи скеровані на активний обмін інформацією, що базується на взаємодії і взаєморозумінні учасників. При цьому розглядаються три сторони спілкування, а саме:

- інформативна (обмін);
- інтерактивна (взаємодія і координація спільних дій);
- парцептивна (адекватне сприйняття і розуміння один одного);

В цьому випадку суть інтерактивної технології полягає в такій організації процесу, коли всі учасники залучені до нього, коли вони розуміють і рефлексують з приводу того, що вони знають і що думають і до чого прагнуть. Позитивом таких технологій є те, що з їх допомогою можна вирішувати наступні завдання:

- розвивати комунікативні вміння та навички, встановлювати контакти з іншими;
- поповнювати інформаційну базу власних знань;
- розвивати здатності до постановки завдань, аналізу і прийняття спільних рішень;
- працювати в команді, приймати і аналізувати інші думки, уникати конфліктів через компроміси і діалог;
- розвивати навички творчої роботи.

Сучасна ситуація в підготовці висококваліфікованих спеціалістів вимагає обґрунтованих підходів до розробки інтерактивних технологій. В літературі їх число є досить значним, але практика свідчить, що найбільш результативними є два підходи – аналітичний і системний.

Аналітичний підхід або покращення систем ґрунтується на аналізі відхиленя запланованого процесу від реально-протікаючого та виявлені причин цього і їх усунення. По суті цей підхід полягає в інтроспекції, тобто дослідження йде від цілого до його частин. Причому вважається, що і причини проблеми і її розв'язок лежать в межах цілого, виходять з того що технологія виступає як система, що включає певну сукупність елементів, кожен з яких виконує свою функцію, яка впливає на загальний результат. Коли відбувається певний збій, то як правило, це стосується відповідного елементу, який потрібно замінити і в разі необхідності перекомпонувати всю систему.

Системний підхід не заперечує аналітичного, але відрізняється цілями, масштабами, методологією і результативністю. Полягає в знаходженні способів організації елементів в єдине ціле і їх взаємодію виходячи з мети функціонування системи. При цьому увага приділяється як структурному, так і діяльнісному аспектах. При структурному виділяється склад компонент, відношення і зв'язки.

Функціональний аспект полягає у визначенні функцій компонент, умов і завдань їх виконання, а також цілей та поведінки в процесі їх діяльності. При цьому потрібно виходити з мети утворюваної технології. Особливість використання системного підходу полягає в тому, що потрібно враховувати велику кількість складних стохастичних зв'язків як усередині системи, так і стосунків з об'єктами зовнішнього середовища. Суттєвим є те, що системний підхід включає в себе цільову доміную як в структурному, так і функціональному аспектах.

На даний час в інтерактивному навчанні використовують різні форми та методи. В теорії розділяють групові та фронтальні методи. Перші передбачають взаємодію учасників малих груп (2-6 чоловік), другі – спільну роботу та взаємонавчання всієї складової групи. Але ці методи використовуються як правило у другому режимі при вивченні окремих предметів з навчальних програм в початковій, середній або вищій школі. Коли ж мова йде про фахову підготовку спеціалістів на заключній стадії навчання, або в процесі перепідготовки, то доцільно скористатись діловими іграми.

Ділова гра – це імітативна модель навчального фрагменту в певній предметній області, що відтворюється в умовах максимального наближення до дійсності. Мета ділової гри – поглибити та розширити діапазон в певній предметній області та навиків спілкування і вироблення групових обґрунтованих рішень в певних ситуаціях.

Ділові ігри беруть початок з воєнних ігор. Їх бурхливий розвиток почався в 50-х роках минулого століття, коли почалась активна конкурентна боротьба на різних бізнесових площадках. Особливий поштовх для розробки ділових ігор дав розвиток комп'ютерної техніки та імітаційного моделювання.

Розробка та використання ділових ігор в сфері туризму є актуальною проблемою, пов'язаною з підготовкою всесторонньо підготовлених фахівців, які б крім глибоких знань з туризму володіли б навичками комунікації та спілкування між собою, оперативно отримувати необхідну інформацію з Інтернету, творчо мислити, приймати обґрунтовані рішення та обстоювати свою позицію в ігровому полі.

Класичний варіант ділової гри включає три фази:

- А) підготовка;
- Б) безпосередньо гри;
- В) аналіз і підведення підсумків.

Незалежно від різновиду гри вона включає три складові: постановка цілей та завдань гри; розподіл ролей, повноважень, функціональних обов'язків учасників гри; послідовність етапів гри та змісту кожного з них; забезпечення умов для проведення ділової гри, документація по грі, компютерно-офісне обладнання, довідкова інформація. Структурно ділова гра "Туризм" складається з наступних ігрових груп:

- туристичні фірми (не менше двох);
- ділові партнери (транспорт, готелі, ресторани, розважальні послуги);
- експертна група;
- організатор гри (викладач).

Кожна група виконує свої функції і оцінюється за певними критеріями. Організатор гри – визначає склад ігрових груп. Розкриває мету проведення ділової гри, ознайомлює з порядком проведення гри та відповідними правилами поведінки учасників команд ділової гри. Під час проведення гри організатор координує діяльність та спілкування учасників ділової гри, забезпечує функціонування комп'ютерних та офісних технічних засобів, консультує учасників у невизначених ситуаціях.

Важливою складовою ділової гри ДІТУР виступає група “експерт”. До неї входять особи, які вже мають певний практичний досвід роботи в туристичній галузі, або кращі студенти. У функції цієї команди входять: визначення критеріїв оцінки діяльності ігрових груп та алгоритмів оцінювання; встановлення обсягів умовного капіталу, що виділяється ігровим групам “Турфірма”; встановлення показників ефективності використання виділених коштів; визначення рейтингів команд “Турфірма” та “Партнери”.

Ігрова команда “Партнер” призначена для забезпечення діяльності команд “Турфірма” щодо транспорту, проживання, харчування, відпочинку, індивідуальні послуги для клієнтів туристичних подорожей. Особливістю діяльності учасників цієї команди є договірні відносини з учасниками ігрових команд “Турфірма”, щодо встановлення переліку основних та допоміжних тур послуг на взаємозадовільняючих цінах. Результативність їх діяльності оцінюється групою “експертів”.

Ігрові команди “Турфірма” є основою ділової гри “ДІТУР”. Їх основним завданням є створення тур продукту, який би задовільнив потреби потенційних клієнтів та забезпечив фінансову стабільність існування тур фірми та її розвиток. До основних завдань учасників команду “Турфірма” відносяться:

А) визначення відповідно до завдання організаторів ділової гри потреби в тих, чи інших, тур продуктів, встановлення масштабу потенційного контингенту в тур продуктах, визначення перспективного тур продукту з запропонованої області, обґрунтування вибору конкретного тур продукту, розробка технологічної мережі здійснення вибраного туру, культурно-емоційний опис туру, складання кошторису туру та опис програми туру, формування турпутівок та ваучерів.

Короткий опис проходження ділової гри ДІТУР свідчить, що саме такий підхід може дати ефект в підготовці фахівців пов'язаних з багатогранною діяльністю туристичних фірм та поєднаних з цією сферою підприємств. На нашу думку, розробка, використання та удосконалення таких навчальних продуктів сприятиме підготовці висококваліфікованих спеціалістів в галузі туризму.

**Трут О. О.**

к.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНУ ЕПОХУ**

У сучасних динамічних умовах конкурентної боротьби спостерігається послідовна тенденція підвищення вагомості інноваційної складової в успішному функціонуванні організацій в межах розвитку суспільства нового типу – *k*-суспільства (*knowledge society*), яке ґрунтується на продукуванні гармонізованих знань з використанням потужних інформаційних технологій. З останньої чверті ХХ ст. і до сьогодні в світі активно формується *постіндустріальний тип суспільства* із новою моделлю економіки – *економікою знань*, яка

безпосередньо впливає на формування сучасної системи теоретичного та практичного менеджменту. На початку ХХІ ст. головне – “робити знання продуктивними”, як зазначає відомий гуру менеджменту П. Друкер. Основна ідея новітньої парадигми практичного менеджменту – *“інтелектуальному суспільству – інтелектуальне управління”*. Ця управлінська парадигма орієнтована на ефективне використання інтелекту людських ресурсів організацій [1, с. 16].

Знання та інформація як фактори виробництва сприяють поширенню *концепції стільного творення вартості виробниками і споживачами продукції*. Відповідно, управління сучасними організаціями здійснюється на основі нових концептуальних рішень, що обумовлюють структурні зміни ланцюжка вартості, як зазначає низка зарубіжних вчених. Компанії інформаційної епохи працюють в умовах інтегрованих бізнес-процесів, концептуально відрізняються від діяльності в індустріальну епоху на засадах функціональної спеціалізації.

Менеджмент сучасних організацій успішно поєднує високий професіоналізм вузьких фахівців, з одного боку, оперативність, ефективність і якість, що відрізняють інтегрований бізнес-процес, – з іншого. Як стверджує Г. Кокінз, наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. стався кардинальний переворот у ланцюжку створення вартості – *влада безповоротно переходить від постачальників до покупців*. Це відбувається завдяки Інтернету [4, с. 192].

Останніми роками чимало підприємств досягли переваги у витратах за допомогою ефективного використання інформаційних технологій (ІТ). Сучасні ІТ, змінюючи спосіб роботи людей і спосіб конкуренції, сприяють підвищенню ефективності міжорганізаційної взаємодії незалежних підприємств (постачальників, виробників, оптовиків, роздрібних торговців) у ланцюжку поставок. По суті, завдяки Інтернету та інформаційним технологіям кожне підприємство сьогодні конкурує у двох просторах: фізичному світі ресурсів і віртуальному світі інформації.

Сучасний етап розвитку світової економіки вирізняється створенням гнучких операційних систем, що дозволяють в масовому обсязі виробляти продукцію і пропонувати послуги за індивідуальними замовленнями споживачів. Постійне удосконалення якісних характеристик продукту і технологій його виробництва є вирішальним у досягненні довгострокового успіху навіть для таких компаній, продукція яких має відносно довгий життєвий цикл.

Наприкінці ХХ ст. автоматизація виробництва, а отже, висока продуктивність призвели до скорочення робітників, безпосередньо зайнятих у виробництві. Одночасно потреби ринку збільшили попит на працівників розумової праці, котрі виконують аналітичні функції, – інженерів, маркетологів, менеджерів і адміністраторів. Тепер навіть простий робітник, здатний запропонувати, як поліпшити якість, зменшити витрати і скоротити виробничий цикл, є цінним для організації. Для її успіху кожен співробітник повинен робити внесок у процес створення вартості, використовуючи свої знання і наявну інформацію, зазначають вчені [1, 2, 4].

Джерела вартості стали переміщатися, зазначає Г. Кокінз. У створенні вартості земля і майно почали поступатися місцем ідеям. Тепер організації стали більш орієнтованими на знання. Працювати з розумом тепер, мабуть, важливіше, ніж працювати старанно. Статистичні дані, що надаються “Balanced Scorecard Collaborative”, підтверджують такі зміни. У 1982 р. на кожен долар ринкової капіталізації (за оцінками “Уолл-стріт”) припадало 62 центи, що належать до матеріального майна. Проте у 2001 р. на кожен долар ринкової капіталізації припадало лише 15 центів, що належали до матеріальних засобів. А це означає, що 85 центів цінності, за якою полюють інвестори, склали бренди, зв’язки та працівники. Персонал став нематеріальним активом.

Знання працівників сьогодні визначають вартість. Тому, якщо давати спрощене визначення нематеріальних активів, протиставляючи матеріальним, то їх можна визначити як щось, потенціал чого згодом посилиться. Джерела створення вартості – в знаннях людей і в їх прагненні працювати. Менеджерам вже не потрібно стежити за фахівцем з розробки нових товарів або завідувачем рекламним відділом, щоб вони створили хороший товар або

рекламу. Вони будуть цим займатися, якщо їм створити відповідні умови [4, с. 278].

На думку авторів концепції збалансованої системи показників Р. Каплана та Д. Нортон *інформаційна епоха*, що ознаменувала своїм виникненням останні десятиліття ХХ ст., призвела до того, що багато фундаментальних постулатів промислової конкуренції застаріли. Завоювати стійку конкурентну перевагу в умовах ринку простим, хоча і швидким впровадженням нових технологій у виробництво (матеріальні активи) або відмінним управлінням фінансовими активами і пасивами стало неможливо [2, с. 8-12].

Американський дослідник, автор праці “У здоровому бізнесі – здоровий дух” Р. Карлгаард, спираючись на логіку і глибоке знання економічної теорії, пропонує і відстоює збалансовану конструкцію з *трьох основних сил успіху організації в сучасних умовах*:

- матеріальної конкурентної переваги;
- стратегічної основи;
- нематеріальної конкурентної переваги.

Р. Карлгаард розглядає такі основні *компоненти нематеріальної конкурентної переваги*: довіра, інтелект, команда, смак, історія (культура, традиції). Виробнича досконалість і стратегічна основа дійсно необхідні, але вони небагато чого вартують без більш-менш послідовної диференціації компанії, яка забезпечується саме *нематеріальними факторами*” [3, с. 29].

*Джерелами формування конкурентних переваг* в умовах інноваційно-інформаційного періоду розвитку стають інновації, знання, інформація, час. Причому акцентується на обов’язковості стратегічного характеру зазначених джерел. Багато дослідників визначають час ключовим фактором стратегічного успіху підприємства, виділяючи такі основні напрями ефективного управління ним, як економія часу шляхом скорочення тривалості всіх процесів; пунктуальність шляхом дотримання термінів; часова гнучкість; інноваційність або розробка нових продуктів і технологічних процесів.

Отже, для організації інформаційної епохи вирішальними факторами досягнення успіху стали управління, інвестування в інтелектуальний потенціал своїх працівників і його використання.

#### **Список використаних джерел**

1. Друкер П. *Ефективное управление* / П. Друкер; [пер. с англ.]. – М. : Астрель, 2006. – 284 с.
2. Каплан Р. *Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию* / Р. Каплан, Д. Нортон; [пер. с англ. М. Павловой]. – [2-е изд., испр. и доп.]. – М. : Олимп-Бизнес, 2014. – 314 с.: ил.
3. Карлгаард Р. *В здоровом бизнесе – здоровый дух* / Р. Карлгаард. – М. : Мани, Иванов и Фербер, 2015.
4. Коксин Г. *Управление результативностью. Как преодолеть разрыв между объявленной стратегией и реальными процессами* / Г. Коксин. – М. : Альпина Паблишер, 2015. – 316 с.

**Гіряк Л. І.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ БАРНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ**

Барна індустрія України розвивається та зростає доволі поступальними темпами. Для неї характерні періоди сповільнення та спадання, а також набирання обертів та зростання. Кризовий період 2014-2016 рр. негативно позначився на діяльності барної індустрії, хоча й зачепив її в дещо меншій мірі ніж інші типи закладів ресторанного господарства. За даними дослідницько-аналітичної компанії Nielsen на вересень 2017 р. у шести найбільших містах України Києві, Львові, Одесі, Харкові, Запоріжжі та Дніпрі функціонувало 1558 одиниць барів, пабів та нічних клубів, що становило більше 14 % від загальної кількості закладів ресторанного господарства. У розрізі міст ТОП-3 належить Києву – 523 заклади, Одесі – 330 закладів та Львову – 175 закладів.

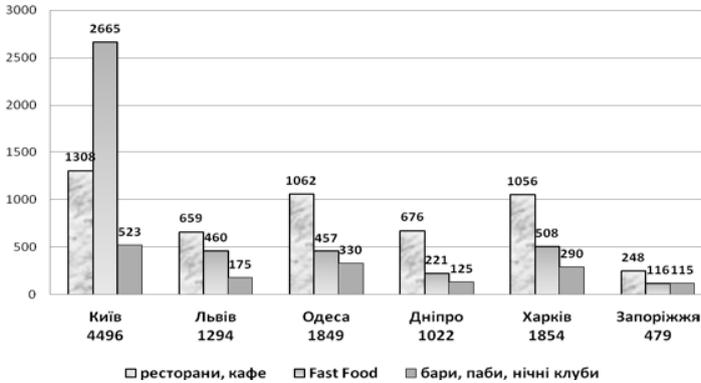


Рис. 1. Кількість підприємств харчування різних видів у шести найбільших містах України, од. [1]

Щодо Києва, тут переважають заклади харчування типу Fast Food – 59,3 %, підтверджуючи статус ділового центру України, а частка барів та пабів становить лише 11,6 %. Частка закладів барної індустрії в Одесі є найвищою – 17,8 %, а у Львові становить 13,5 % (рис. 1).

Відомо, що відвідуваність закладів харчування та розважальних закладів безпосередньо залежить від добробуту населення, так як витрати на ці цілі не належать до категорії першочергових. В цілому, витрати на відвідування культурних та розважальних об'єктів, в тому числі і барів та пабів, складають трохи більше 7 % бюджету домогосподарства. Збільшення витрат на розваги стримується зростанням інших видів витрат населення, які мають більш високий пріоритет. Так, у першій половині 2017 року частка витрат домогосподарств на придбання продуктів харчування і оплату комунальних тарифів склала 68,9 %. При подальшому збільшенні цих платежів, середній громадянин буде змушений виділяти на них більше коштів за рахунок зменшення витрат на розваги.

Однак, поступовий вихід з економічної кризи сприяв зростанню індексу споживчих настроїв українських громадян в 2016 році на 9,1 % в порівнянні з попереднім роком, що може передбачати зростання витрат на послуги закладів харчування, у тому числі і барів.

Відповідно, основна аудиторія барів, пабів та нічних клубів входить в український середній клас і готова оплачувати розумну ціну за якісні їжу, напої та обслуговування.

Розвиток барної індустрії в Україні відбувається з урахуванням основних світових тенденцій, хоча й має певні особливості. На ринку барних закладів України у 2017 році сформуливались наступні тенденції:

1. Поступова втрата інтересу до концептуальних закладів і зростання популярності крафтових закладів та напоїв. Стейкою популярністю і надалі користуватимуться авторське пиво, домашні настоянки, мікродистиляція. Слід зважати, що найціннішим для відвідувачів у крафтовості є відчуття ексклюзивності, тобто можливості скуштувати та відчути саме тут і саме зараз і що найважливіше саме для них. Статистичні дані підтверджують можливість збільшення обсягів продажу при такому підході до 35 %.

2. Відкриття невеликих барів з доброзичливою атмосферою. Тут можна випити як класичні, так і авторські коктейлі, потанцювати поряд з барною стейкою. Нерідко для залучення відвідувачів власники запрошують вітчизняних або іноземних фахівців з розробки оригінальних рецептур коктейлів. Такий заклад, як правило, в будні дні працює в форматі

звичайного бару з американською, європейською або азіатською кухнею, а починаючи з п'ятничного вечора розважальна програма доповнюється вечірками за участю ді-джеїв або музикантів.

3. Залишається популярним і затребуваним тренд підтримки здорового способу життя, який торкнувся барної індустрії шляхом зростання запиту на низькокалорійні, слабоалкогольні коктейлі. Результати соціологічного опитування засвідчили, що чверть споживачів за наявності альтернативи та інформації, вони б обрали коктейлі з низьким вмістом калорій. Саме тому в найближчому майбутньому очікується поява широких лінійок коктейлів на пиві, сидрі, вині, що мають значний потенціал.

4. Набирає оборотів тенденція поєднання коктейлів та їжі, що полягає у виникненні специфічних закусок до певних видів коктейлів.

5. З поступовим виходом з економічної кризи та стійкою тенденцією розвитку технологій пов'язують наступний тренд – повернення диско-епохи відображеннями якої є кольорові коктейлі, суперсучасні світлові бокали, коктейлемашини, що працюють за принципом кавомашин при допомозі спеціальних мобільних додатків та ін.

6. Використання значної кількості різноманітних прикрас для коктейлів, у тому числі і класичних та традиційних: складними композиціями з овочів, зеленню, кветками, оливками та ін. [2].

Сьогодні в Україні на заваді ефективному розвитку та впровадженню сучасних трендів на підприємствах ресторанного господарства, у тому числі і барної індустрії, передусім стоять: низькі фінансові можливості підприємств, відсутність матеріальної мотивації, неналежна для реалізації нововведень кваліфікація персоналу та опір з боку колективу підприємства. Не усі з зазначених тенденцій стануть однаково ефективними для розвитку барів та пабів у різних регіонах та типах населених пунктів, однак їх запровадження дасть можливість привабити відвідувача та спонукати його повертатись у ці заклади.

#### **Список використаних джерел**

1. Тиравський В. Скільки магазинів, ресторанів і кафе в крупнейших городах України : [Електронний ресурс] // Інформатор: [сайт] / В. Назорський. – Режим доступу : <https://informator.news/eksperty-pidrahivvaly-kilkist-mahazyniv-restaurantiv-kafe-u-najbilshyh-mistah-ukrajiny.htm>.

2. 10 барных трендов которые оживляют нас в 2018 году : [Електронний ресурс] // Drinks.ua: [сайт] – Режим доступу: <http://drinks.ua/news/10-barnykh-trendov--kotoryye-ozhydayut-nas-v-2018-hodu/>.

**Колякко О. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МЕНЕДЖМЕНТУ У МУЗЕЙНІЙ СФЕРІ**

Економічні труднощі спричинили зниження кількості відвідувачів музеїв, а отже й втрату ними впевненості у завтрашньому дні. Саме тому керівники музеїв усвідомили, що якщо вони хочуть уникнути фінансового краху, ефективно конкурувати на ринку дозвілля, боротися за увагу туристів і створювати додаткові можливості для освіти, вони повинні перейняти деякі з методів, що практикуються комерційним сектором. Нова стратегія виживання музеїв повинна базувати на застосуванні інструментів менеджменту.

Одним із основних інструментів менеджменту є типовий план, у процесі розроблення якого чітко формулюється бажана мета та обираються найкращі шляхи її досягнення. Типовий план допомагає досконало вивчити ситуацію, яка склалася в музеї та виявляти пріоритети, котрі пов'язані з розподілом фінансування та розстановкою співробітників. При цьому потрібно враховувати такі ключові моменти:

–мати чітке уявлення про тих, на кого створюється план і провадиться робота, тобто необхідно виявити аудиторію;

–досягти чіткого та повного розуміння того, чого прагне музей, тобто збудувати ієрархію мети і завдань;

–проаналізувати фактори, які обмежують втілення проекту. Такий аналіз передбачає виявлення наявних у розпорядженні музею фінансових можливостей, людських ресурсів (необхідні уміння і знання), устаткування та матеріалів.

Важливо, щоб у розробленні перспективного плану брали участь співробітники музею, оскільки саме вони становлять найважливішу аудиторію, якій адресується цей план. До створення плану залучаються й інші зацікавлені особи та групи, що мають причетність до музею, політики і стилю його роботи, які можуть надати музею підтримку за скрутної ситуації. Це місцева влада, яка часто є основним джерелом фінансування музею і в загальних рисах визначає його політику, вищі керівні органи, відвідувачі, спонсори, друзі музею, дослідники. Кожна з цих груп або аудиторій ставить до музею різні вимоги й оцінює його роботу використовуючи різні критерії. Успіху музею досягає тоді, коли йому вдається враховувати та поєднувати ці різноспрямовані інтереси, не надаючи при цьому перевагу жодній з груп.

Після оцінки фінансових ресурсів та виявлення реально виконаних видів робіт може виникнути необхідність перегляду вже означених в перспективному плані мети і завдань, а конкретне наповнення яких містить такі стадії:

1. Формування або переосмислення місії музею, тобто мети, що пояснює природу та сферу діяльності музею.

2. Аналіз існуючого становища, який передбачав би виявлення проблем чи труднощів, що пов'язані з розвитком музею в майбутньому.

3. Визначення загального напрямку розвитку, мета якого враховувала б актуальність і відображала б інтереси широкого кола зацікавлених осіб з тим, щоб вони прагнули надати музею підтримку, а також бути реальною, тобто можливою до здійснення на підставі наявних людських, матеріальних і фінансових ресурсів.

4. Розроблення стратегії, що відповідає поставленій меті (включаючи чітко прописані конкретні завдання, розв'язання яких дасть змогу досягти бажаних результатів).

5. Забезпечення фінансової бази (бюджету).

6. Розроблення механізму моніторингу та оцінювання ефективності роботи.

Зовнішніми факторами, які здатні вплинути на розв'язання найважливіших для музею проблеми можуть виступати:

– політичні фактори – можливі зміни в політиці уряду, зміни в чинному законодавстві, запровадження нової організаційної структури для музеїв;

– економічні фактори – зміни в національній або місцевій економіці, які впливають на кількість або категорії потенційних відвідувачів, на рівень прибутку потенційного відвідувача, на якість надання послуг музеєм;

– соціальні фактори – демографічні зміни, які впливають на музейну аудиторію; посилення конкурентної боротьби за фінансові ресурси й відвідувача, викликаного появою нових видів розваг та дозвілля тощо; нові можливості ринку, пов'язані зі зростанням туризму, обміном виставками; посилення ролі музеїв у розв'язанні соціальних проблем;

– технологічні чинники – зростання вимог і сподівань відвідувачів, що є наслідком удосконалення стандартів представлення музейних колекцій і засобів комунікації; значне поширення комп'ютеризованих систем, яке уможливило постійний цілодобовий доступ клієнтів до інформації.

Уміння музею виявити інтереси потенційного спонсора й використати їх для власної мети є ключовим пунктом у будь-якій кампанії по франдрейзингу – комплексі робіт по залученню фінансових коштів для реалізації некомерційних проектів. Зарубіжні музеї відводять час і виділяють ресурси на розробку програми по залученню спонсорів і створюють спеціальні відділи розвитку, в яких професіонали займаються залученням джерел додаткового фінансування. Потужним джерелом фінансування зарубіжних музеїв є приватний сектор.

Найважливішим фактором, який забезпечує ефективну діяльність музею, є його людські ресурси. Стиль управління музеєм і його внутрішня організація мають забезпечувати найвищу результативність роботи, а для цього музей має стати єдиною командою, в якій кожний працівник має не лише чітке коло завдань і обов'язків, але й можливість реалізувати ідеї, що можуть стати цінним внеском у розвиток музею.

Чимало зарубіжних музеїв уже усвідомили, що об'єднання в єдину команду сприяє підвищенню ефективності їх діяльності. Організувати роботу музею як єдиної команди виявляється доволі складно: у музеї часто відсутні навички перспективного бачення, далеко не завжди вдається протягом тривалого часу поєднувати різноспрямовані групи інтересів. Значно ефективніше командна робота реалізується в рамках конкретного проекту, наприклад, реорганізації музею або великої виставки.

Для того, щоб готувати різноманітні програми, втілювати в життя проекти і просто вирішувати свої нагальні проблеми, пов'язані зі зберіганням колекцій, культурно-освітньою та науково-дослідною діяльністю, музею потрібно розширювати джерела фінансування, не покладаючись лише на бюджетне фінансування або прибуток від вхідних квитків.

Типовий план допомагає музею досконало вивчити ситуацію, яка склалася, та виявляти пріоритети, котрі пов'язані з розподілом фінансування та розстановкою співробітників. При його розробці потрібно враховувати ряд ключових моментів, які розглянуто. Успіху музею досягає тоді, коли йому вдається враховувати та поєднувати різноспрямовані інтереси груп, що мають причетність до музею, політики і стилю його роботи та можуть надати музею підтримку за скрутною ситуації. При розв'язанні найважливіших для музею проблем потрібно враховувати усі чинники, які здатні вплинути на ефективність його діяльності.

#### *Список використаних джерел*

*1. Лорд Б. Менеджмент у музейній справі / Лорд Б., Лорд Г. – М.: Економіка, 2002.*

**Коцупей В. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Сучасний стан соціально-економічного розвитку України підкреслює актуальність проблеми пошуку нових форм господарювання, які б враховували інтереси як виробників, так і споживачів продукції. Однією з таких форм є мале підприємництво. Доповнюючи різні форми господарювання, малий бізнес є основою формування економічної піраміди, що дозволяє забезпечити зайнятість значної частини населення. Особливий інтерес представляє розвиток малого туристичного бізнесу в сільській місцевості, який отримав широке розповсюдження в Польщі, Угорщині, Чехії та інших західноєвропейських країнах. Можливість задоволення рекреаційних потреб населення, яке проживає в урбанізованому середовищі, в районах зі складною екологічною ситуацією, зумовило помітний інтерес до сільського туризму в сучасних умовах.

Сільський туризм – це перспективний напрямок малого туристичного бізнесу, заснований на активному відпочинку в сільській місцевості. Різноманітність циклів туристичних занять: пізнавальних (ознайомлення з культурно-історичними, природними, етнографічними ресурсами), оздоровчих (купання в водоймах, заняття фізичною працею), розважальних (збір грибів, ягід, трав, риболовля, полювання), динамічна зміна вражень та майже постійний контакт з природою – роблять сільський туризм одним із ефективних видів рекреаційної діяльності, що має постійно зростаючу популярність.

На думку Довгалю О. В., існує три основні різновиди сільського туризму:

– агротуризм (аграрний туризм), котрий має як пізнавальний, так і відпочинковий характер, що пов'язаний із використанням підсобних господарств населення або земель сільськогосподарських підприємств, які тимчасово не використовуються в аграрній сфері;

– відпочинковий туризм, базою розвитку якого є капітальний житловий фонд на садибах господарів і наявні природні, рекреаційні, історико-архітектурні, культурно-побутові й інші надбання місцевості;

– екотуризм (екологічний туризм) як науково-пізнавальний вид сільського туризму, характерний для сільських місцевостей і сіл, розташованих у межах територій національних парків, заповідних зон, природних парків тощо, де передбачено відповідні обмеження щодо навантажень на територію та регламентовано види розважального відпочинку [1].

Інтерес до сільського туризму набув широкого поширення у світі, причому кожна країна прагне створити власну національну модель розвитку сільського туризму. Причинами швидкого розвитку сільського туризму, на нашу думку, є криза в сільськогосподарському секторі та зростання органічної структури капіталу в сільському господарстві, що призводить до підвищення продуктивності праці та зменшення робочих місць, а отже – до безробіття. За умов глобалізації ринку для багатьох сільських регіонів європейських країн сільське господарство перестало бути найважливішою формою використання землі. Все це зумовило шукати нові види діяльності, які б з одного боку замінили, а з іншого – доповнили сільськогосподарську діяльність.

Пошук підходів у вирішенні цього завдання пояснює підвищену зацікавленість до сільського туризму, що при швидкому розвитку може оживити багато сільських регіонів. Сільський туризм також дозволяє знайти кошти та способи для збереження природи.

В європейських країнах держава бере активну участь у розвитку сільського туризму. Так, наприклад, у Польщі не оподатковуються доходи від надання туристам не більше 5 кімнат для проживання і харчування; в Угорщині не обкладаються податком підприємці сфери сільського туризму, які приймають туристів в агрооселях місткістю до 10 ліжок [3].

Ще одним фактором мотивації для залучення потенційних власників засобів розміщення в даній туристичній сектор є зростання цін на нерухомість. Нерухомість у мальовничих місцевостях є не тільки комфортним місцем проживання, а й ефективним інструментом збереження та примноження сімейного капіталу. При цьому, організована державою система пільгового кредитування при пільговому оподаткуванні даного виду діяльності дає кумулятивний ефект. Все це робить входження в сільський туристичний бізнес привабливим для його засновників.

Слід також зазначити, що з функціональної точки зору сільський туризм тісно пов'язаний з іншими видами туризму. Все це дозволяє включати сільський туризм у комбіновані тури, що примножує попит на традиційні туристичні продукти.

Мотиви появи сільського туризму в нашій країні схожі із європейськими. Але шлях розвитку вітчизняного сервісу є, на нашу думку, унікальним. Певна “відсутність цивілізації”, недостатній розвиток інфраструктури і є привабливими для туристів – мешканців великих міст. Такий відпочинок дозволяє відпочити від міського шуму, стрімких потоків інформації у сучасному світі, насолодитися природою, красою пейзажів та чистотою водою і повітря.

Враховуючи досвід європейських країн у розвитку сільського туризму, сільський туризм в Україні повинен здобути загальнонаціональне значення завдяки його позитивному впливу на збереження української самобутності. Саме тому необхідно розвивати цей вид туризму, що дасть змогу:

- позитивно впливати на відродження та збереження сільських звичаїв і традицій;
- зберегти екосистему навколишнього середовища, що є одним із пріоритетних чинників привабливості для туристів;
- міські мешканці матимуть нагоду дізнатися про автентичні українські традиції;
- етнокультурні традиції приваблюватимуть іноземних туристів тощо [2].

Таким чином, підбиваючи підсумки проведеного дослідження, можна назвати такі причини попиту на сільський туризм на сучасному етапі:

1) сільський туризм розглядається в якості соціального амортизатора при реструктуризації аграрного сектора економіки, дозволяючи перевести надлишок трудових ресурсів в альтернативний сектор виробництва послуг, створюючи нові робочі місця у сільській місцевості.

2) виробництво сільського туристичного продукту є малозатратним у порівнянні з іншими секторами туристичної індустрії, а отже, може конкурувати за показником “ціна-якість” з турпродуктами інших видів;

3) сільський туристичний продукт відповідає вимогам сучасного споживача із середнім достатком, який становить найбільший сегмент платоспроможного попиту в Україні.

Соціально-економічний розвиток сільського туризму в Україні сприятиме піднесенню економіки та культури як сільських територій, так і України в цілому.

#### **Список використаних джерел**

1. Довгаль О. В. Сільський туризм як перспективний напрям підприємництва у соціально-економічному механізмі розвитку села / О. В. Довгаль // *Бізнес-Інформ.* – 2013. – № 4. – С. 316-320.
2. Криштанович С. Соціально-економічне значення сільського туризму для розвитку сільських територій України / С. Криштанович, Х. Баріла // *Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфери обслуговування : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 11-12 травня 2017 р.).* – Львів : ЛДУФК, 2017. – 168 с. – С. 36-38.
3. Федоров В. А. Сельский туризм как основной путь развития внутреннего и въездного туризма страны / В. А. Федоров // *Молодой ученый.* – 2014. – № 11. – С. 236-238.

**Миронов Ю. Б.**

к.е.н., доцент,

**Омелячук К. В.**

студентка

Львівський торговельно-економічний університет

### **ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНТСТВ У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ**

За сучасних умов одним із найефективніших засобів масової інформації є глобальна комп'ютерна мережа Інтернет. Для туристичних агентств вона є оптимальним засобом реклами. Мережа здатна з мінімальними витратами розповсюдити інформацію мільйонам користувачів про діяльність підприємства, його послуги, ціни, акції. Значною перевагою реклами в Інтернеті є те, що потенційний турист може прочитати відгуки про туристичні дестинації, готелі, ресторани, переглянути фото- та відеоматеріали. На сайті може відбуватися презентація туру, проводиться підбір готелів та навіть укладатися угода між туристом та турагентством. Перевагою поширення рекламної інформації в Інтернеті є те, що існує можливість оновити її коли завгодно, підтримуючи актуальність даних без затримки та додаткових суттєвих витрат.

Особливості Інтернету дають змогу застосовувати його як продуктивний засіб для проведення рекламних кампаній. Рекламу в мережі Інтернет можна розмішувати таким чином:

1) засобами контекстної реклами, зміст якої залежить від запитів користувачів у пошукових системах, а також їх зацікавлень. Наприклад, якщо турист здійснював пошук інформації за запитом “*тури в Єгипет*”, у подальшому йому буде транслюватися реклама турів в Єгипет, єгипетських готелів, екскурсій по Єгипту і т.п.;

2) засобами банерної реклами, за якої графічні банери розміщуються на популярних сайтах і порталах, а прямою прив'язку до тематики сайту чи зацікавлень його відвідувача немає;

3) розміщення рекламної інформації у соціальних мережах, яку, зокрема, можна таргетувати цільовій аудиторії за віком, статтю, регіоном, що дозволяє значно підвищувати ефективність рекламних звернень.

Туристичні агентства для просування свого продукту та спілкування з потенційними клієнтами в мережі повинні виконати наступні дії:

- створити веб-сайт та зареєструвати групи (спільноти, сторінки) у соціальних мережах Facebook, Youtube, Instagram, Telegram та ін.;
- розмістити рекламу, інформацію про акції, ціни тощо;
- брати участь в обміні новин у соціальних мережах та публікувати за їх допомогою новини;
- розсилати новини та спілкуватися за допомогою електронної пошти [2].

Як правило, початком безпосередньої рекламної комунікації з потенційним туристом стає веб-сайт підприємства або його сторінка у соціальній мережі. Основна вимога – майстерно та лаконічно подавати інформацію на ній. Адже це формує статус та думку про туристичне агентство, дає змогу користувачу задовольнити свої інформаційні потреби та інтереси.

Варто враховувати, що у більшості випадків люди шукають інформацію про послуги й ціни на них. Додатково подається інформація про інфраструктуру туристичної дестинації, презентації готелю, курорту, фото-, відеоматеріали тощо. Популярним джерелом інформування стали віртуальні тури: наприклад, це може бути кругова панорама місця зі звуком та іншими мультимедійними елементами.

Сторінка туристичного агентства повинна сприяти збільшенню продажів туристичних продуктів. Сучасні технології, які застосовуються на веб-сайтах та сторінках у соціальних мережах дозволяють моніторити активність користувачів, отримувати про них різноманітну статистику (по віку, регіонах проживання та ін.).

Важливе значення, на нашу думку, має продумана побудова та грамотне наповнення веб-сторінки, що суттєво підвищує ймовірність контакту з потенційними туристами. У зв'язку з цим веб-сайт має турагентства повинен містити таку інформацію про:

- тури, які пропонуються турагентством з повною та актуальною супутньою інформацією про дестинацію, її визначні пам'ятки, можливості харчування, громадський транспорт, місцеві традиції і т.п.;
- актуальні ціни, акції, знижки;
- місцезнаходження туристичного агентства, контактні дані;
- головні досягнення турагентства, його історію, керівництво, персонал.

Ефективними засобами, що дозволяють туристичним агентствам здійснювати індивідуальні комунікації за допомогою Інтернету, є електронна пошта (e-mail) та програми обміну повідомленнями (месенджери), такі як Viber, Facebook Messenger, WhatsApp та ін. Цей вид просування інформації дозволяє у максимально короткі терміни актуалізувати комунікацію із клієнтом (він має змогу перейти на веб-сайт туристичного агентства, де може дізнатися актуальну інформацію та навіть зробити замовлення туристичного продукту).

Надзвичайно актуальним питанням, яке вимагає ґрунтовного опрацювання, є особливості пошуку інформації туристичного характеру в мережі Інтернет по запитах, що представляють маркетинговий інтерес для конкретного туристичного агентства, оскільки пошукові технології постійно змінюються, а кожна турагенція зацікавлена у тому, щоб саме її веб-сайт перебував на верхніх позиціях у результатах пошуку пошукових систем по потрібних запитах. Наприклад, якщо турагентство спеціалізується на реалізації турів у Марокко, але по пошуковому запиту “*тури в Марокко*” веб-сайт агентства перебуває на 30-ій позиції у результатах пошуку після інших конкуруючих турфірм, то малоймовірно очікувати відчутний потік відвідувачів на сайт саме по такому запиту. Для покращення позицій веб-сайту турагентства у результатах пошуку доцільно використовувати технології пошукового просування сайтів (*SEO – search engines optimization*) [3].

За останні роки активно почав розвиватися так званий “віртуальний туризм”, під яким розуміють подорожі по визначних місцях, мальовничих куточках світу з використанням комп’ютера та мережі Інтернет, не залишаючи дому [1]. На нашу думку, його не можна вважати повноцінним туризмом, позаяк під туризмом розуміють *метод засоби з місця постійного проживання* в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях, що віртуально здійснити неможливо. Разом з тим, така активність може розширити світогляд туриста, а головне – заохотити людину відвідати те, що вона побачила у “віртуальній реальності”. Показуючи фото- та відеоматеріали у мережі Інтернет, туристичні агентства додатково мотивують потенційних туристів звертатися до них, щоб побувати у тих місцях, які вони побачили на екранах своїх комп’ютерів.

Таким чином, можливості глобальної комп’ютерної мережі Інтернет дозволяють туристичним агентствам ефективно використовувати інструменти реклами для реалізації своєї маркетингової політики.

#### Список використаних джерел

1. Гадецька З. М. *Сучасні Інтернет-технології, що застосовуються в туристичній індустрії* / З. М. Гадецька, Н. Л. Костяки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.rusnaika.com/11\\_EISN\\_2010/Informatica/64382.doc.htm](http://www.rusnaika.com/11_EISN_2010/Informatica/64382.doc.htm).
2. Миронов Ю. Б. *Основи рекламної діяльності* / Ю. Б. Миронов, Р. М. Крамар. – Дрогобич : Посвіт, 2007. – 108 с.
3. *Промування туристичного сайту* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://seolife.in.ua/2012/09/prosvannya-turystychnoho-sajtu.html>.

**Свидрук І. І.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## РОЛЬ КРЕАТИВНОСТІ В ЕКОНОМІЦІ ЗНАНЬ

Основними ознаками економіки знань дослідники називають домінування високотехнологічних галузей, високу частку інноваційного виробництва в структурі ВВП, а також прискорену капіталізацію суб’єктів господарювання, ринкова вартість яких формується за рахунок інтелектуальної та/або креативної компоненти. Науковцями підкреслюється така визначальна відмінність економіки знань від традиційних економічних концепцій, як безперервність технологічних новацій із самовідтворенням знаннєвої складової в процесах економічного обміну. Макроекономічний аспект економіки знань є більш загальним, скеровуючи думки дослідників у загальносвітотві поняття суспільства майбутнього, глобально організованої міжнародної співпраці.

Можливість інновацій є, по суті, нейтральною галузевою концепцією, що не вимагає від економіки абсолютної спеціалізації у високотехнологічних секторах. Відтак, підґрунтям економіки знань завжди виступають адекватна інституційна структура, високоякісна освіта, потужна комунікаційна інфраструктура та сприятливе фінансове середовище [1].

Основним завданням менеджменту економіки знань є фокусування зусиль на підвищенні продуктивності та конкурентоспроможності організацій.

Категорія наукового знання завжди була в епіцентрі уваги дослідників менеджменту, сучасне трактування цього поняття з точки зору управлінських процесів визначає знання як практичну інформацію, здатну активно впливати на процеси виконання завдань та ухвалення рішень [2].

Сучасна методологія менеджменту креативності в структурі управління знаннями розглядає два основних підходи – управління інформаційними технологіями та акумулювання невяних знань. Перший стосується переважно процедур розробки та промування автоматизованих систем, програмного забезпечення і баз даних. У рамках другого підходу актуалізуються інтелектуальні інструменти інтелектуальної співпраці та навчання персоналу.

Попри те, що унікальність кожної організації зумовлює самотність конфігурації її

системи менеджменту знань, можна виокремити певні спільні ознаки цього управлінського феномену. Так, основними цілями розбудови системи управління знаннями дослідники у галузі креативного менеджменту зазвичай вважають підвищення ефективності професійної віддачі працівників, обігу інтелектуальних ресурсів, зростання інноваційної креативності організації. Серед найбільш значимих результатів системи управління знаннями науковці відзначають систематизацію формалізованих знань, можливість довідково-методичного супроводу діяльності, створення центрів компетенції. На окрему увагу у сфері знанневого менеджменту заслуговує феномен взаємообумовленості та взаємозалежності знанневого продукту, процедур навчання та ключових компетенцій.

Підвищення значимості знань та інформаційно-комунікаційних технологій зумовлюють трансформацію вимог до наукових та освітніх інституцій, заміщуючи традиційну освітню концепцію (що базується на передачі суми знань та умінь) формуванням активного запасу ключових компетенцій на основі самостійної творчості. Така акцентуація вимагає більш детального наукового висвітлення поняття компетенції (competencia), яке іноді не зовсім вірно отожднюють із поняттями поінформованості, обізнаності чи авторитетності. Окремі дослідники визначають цей феномен як здатність поєднувати знання і навички за умов непередбачуваних чи плінних ситуацій, сукупність вмінь та знань для виконання функціональних обов'язків чи навіть просто можливість кваліфіковано виконувати звичайну діяльність. Сучасними економістами компетенція трактується як результат інтегрованої взаємодії пізнавально-інформаційної, творчої, мотиваційної, соціально-психологічної, функціональної та оціночно-контролюючої компонент управління знаннями для досягнення мети збільшення продуктивності праці.

Основним завданням набуття компетенцій за умов постіндустріального суспільства є формування інформаційних і комунікативних здібностей творчого мислення особистості. На Всесвітньому економічному форумі (Давос, 2016 р.) було репрезентовано прогностичну характеристику можливих кон'юнктурних змін ключових компетенцій конкурентної діяльності (рис. 1).



Рис. 1. Прогноз ієрархічної еволюції ключових компетенцій творчості

Загалом, складність розуміння творчого мислення в економіці знань до певної міри

обумовлюється психологічною унікальністю методів розв'язання творчих завдань, які вирішуються в умовах постіндустріального суспільства.

#### Список використаних джерел

1. Крючкова І. В. Підвищення конкурентоспроможності економіки України – головне завдання уряду / І. В. Крючкова // Соціальні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. Науковий журнал. – 2008. – С. 20-28.
2. Титенко О. А. Інформація та знання як ключові поняття сучасної політичної економії / О. А. Титенко // Економіка. Науковий журнал. – 2015. – Серія 18. Економіка і право. Вип. 28/2015. – С. 43-50.
3. Клішкова О. І. Креативність та інноваційність як основні складові нового вектора в управлінні підприємством / О. І. Клішкова // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2015. – Вип. 2(4). Ч. 2. – С. 76-79. – (Серія Економіка).

**Тучковська І. І.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Одним з перспективних напрямів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм (ГТ), що дозволяє значною мірою збільшити тривалість туристичного сезону в регіоні, підвищити туристичний імідж місцевості, збільшити кількість туристичних прибуттів, збагатити та диференціювати місцевий туристичний продукт за рахунок розроблення гастрономічних екскурсій, дегустацій та презентацій, фестивалів.

ГТ також набуває особливої актуальності у світлі останніх прогнозів, згідно з якими час, котрий люди виділяють на свій відпочинок, буде скорочуватися, тому туристи шукатимуть продукт, який дає максимум вражень упродовж мінімального відрізка часу. З огляду на це постає необхідність у виокремленні й характеристики сегментів потенційних туристів як споживачів гастрономічних подорожей.

Процес розроблення будь-якого туристичного продукту ґрунтується на результатах маркетингових досліджень, які передбачають вивчення, систематизацію та аналіз ринкових тенденцій і дозволяють виявити перспективні й актуальні потреби споживачів. Вивчення таких потреб, орієнтації, переваг стає передумовою як розроблення нового туристичного продукту, так і сегментації його цільової аудиторії, тобто поділу її на однорідні групи споживачів, що відчутно відрізняються одна від одної, проте мають однакові характеристики всередині групи [1]. Аналіз потенціалу ринку має важливе значення для створення системи маркетингових комунікацій для просування та підтримки туристичного продукту. Завдання дослідження полягають у: 1) вивченні кон'юнктури ринку ГТ, здійсненні розподілу реальних і потенційних споживачів гастротурів на групи на підставі їх індивідуальних характеристик; 2) аналізі виділених сегментів потенційних споживачів та встановленні основних тенденцій попиту на гастротури.

Для вивчення особливостей попиту потенційних споживачів гастрономічних турів було проведено соціологічне дослідження, у рамках якого опитано 750 респондентів. Як цільову сукупність респондентів, думка яких вивчалася, було обрано чоловіків та жінок віком від 20-ти до 60-ти років і старше, що проживають в Україні. З метою здійснення поділу респондентів на групи на підставі їх індивідуальних характеристик, а також отримання максимально повного уявлення про особливості поведінки споживачів кожного із сегментів, було використано методику кластерного аналізу. Були використані такі демографічні характеристики, як стать, вік, освіта, професія та регіон проживання. Методологія побудови маркетингового дослідження ринку послуг ГТ ґрунтується на класифікації факторів, що впливають на потенційних споживачів, а саме зовнішніх стимулюючих факторів, особистісних факторів і класичних підходах до сегментації туристичного ринку: географічному, демографічному, психографічному та поведінковому [2]. Для проведення дослідження респондентам було запропоновано анкету закритого типу. Зокрема, два питання були спрямовані на виявлення

рівня потенціального інтересу до гастротурів і наявності певного досвіду та мотивації до купівлі винних турів. Тобто це дослідження структури потенційного й реального ринків. За результатами опитування потенційних туристів, було встановлено, що 140 осіб обрали б гастротур під час відпустки. Переважно це жителі великих міст, що мають вищу освіту. Як правило, респонденти чітко виявляли свої переваги, оскільки зовсім незначна частина надала перевагу комбінації гастротурів з культурно-пізнавальними подорожами (5 осіб) або пляжним відпочинком (4 особи). Цілком логічно, що найменше гастротури комбінуються із заняттям спортивно-екстремальним туризмом (1 особа).

Результати дослідження вказують на те, що ГТ поки що займає третє місце за популярністю серед респондентів, поступаючись культурно-пізнавальному і рекреаційно-пляжному видам відпочинку. Для визначення співвідношення між реальним та потенційним ринком ГТ важливо було з'ясувати, наскільки споживачі ознайомлені із цим видом туризму і чи мають вони відповідний досвід та мотивацію до такого виду подорожі. Тому було запропоновано питання “Чи брали Ви участь у гастрономічному турі?” Результати показали, що більшість респондентів знайомі з тими чи іншими формами ГТ. Тобто 11,8 % споживачів уже подорожували гастрономічними шляхами, а 34,5 % брали участь у дегустаціях та виставках. Як гарну перспективу ринку можна оцінити те, що 30,4 % потенційних туристів планують гастрономічну подорож. Проте 142 респонденти не зацікавлені у ГТ й не мають наміру замовляти такі тури.

Природно, що при цьому частина споживачів, яка обрала негативну відповідь, не береться до уваги. Отже, I сегмент – це реальні споживачі, котрі вже побували у гастротурах. II сегмент – це потенційні споживачі гастротурів, які мають певний пізнавальний та сенсорний досвід, але ще не брали участі у повноцінних винних турах. Сегмент III – це потенційні гастротуристи, котрі ще не мають досвіду участі у гастротурі й інших заходах, але хотіли б долучитися до них.

За проаналізованими нами даними можна зробити висновок, що найбільшим є сегмент II, що вказує на те, що більшість респондентів цікавляться культурою споживання різноманітних страв та, якщо є можливість, долучаються до пізнавальних заходів, які пов'язані з цим. Природно, що це люди переважно молодого та середнього віку з вищою освітою. Маючи досвід участі у різних дегустаціях і фестивалях, вони вмотивовані до замовлення гастротурів. Достатньо великим є і сегмент III, що вказує на те, що у ГТ є багато потенційних споживачів, які за достатнього рівня платоспроможності, зможуть долучитися до гастрономічних подорожей. Основу цього сегмента становлять люди різного віку переважно з вищою та неповною вищою освітою. Що стосується розподілу за професіями, то слід зазначити, що ГТ найбільше цікавлять респонденти, котрі працюють у сфері послуг (23,5 %) або займаються приватним бізнесом (19 %). Також достатню кількість потенційних і реальних споживачів винного туристичного продукту становлять держслужбовці та працівники сфери освіти й науки.

Таким чином, узагальнюючи дані, отримані в результаті дослідження, можна запевнити, що ринок послуг ГТ в Україні активно розвивається, існує досить значний перспективний попит на гастротури. На основі дослідження різних категорій потенційних гастротуристів можна стверджувати, що існують сегменти споживачів, які можуть бути обрані як цільові з метою просування винних турів для туристичних фірм і виноробних підприємств. При цьому можна зазначити, що споживачами ГТ можуть стати люди різної статі, віку та професії. Проте такий продукт усе ж орієнтований на людей освічених, котрі мають бажання не тільки відпочити протягом туру, а й дізнатися щось нове про історію й культуру споживання їжі. Проведене дослідження також дало змогу встановити перспективні напрями організації ГТ та визначити фінансові межі, які є прийнятними для споживачів.

#### **Список використаних джерел**

1. Муїн Г. Б. *Маркетинг туризму: економіко-організаційні аспекти: підручник* / Г. Б. Муїн, В. О. Лук'янов, В. В. Гарагонич. – К. : Кондор, 2011. – 430 с.
2. Холлоуей Дж. К. *Туристический бизнес* / Дж. К. Холлоуей, Н. Тейлор: пер. с 7-го англ. изд. – К. : Знання, 2007. – 798 с.

**ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ**

Для того щоб охарактеризувати динаміку розвитку підприємств туризму хоча б за останніх шість років, нам необхідно звернутися до архівних даних Управління статистики України за відповідний період. Отже, користуючись даними статистичного Управління, сформуємо таблицю з наступними показниками: кількість спеціалізованих туристичних підприємств (туроператори та турагенти), кількість зайнятих у даній галузі працівників, дохід (без ПДВ, акцизного збору, й аналогічних податків та платежів).

Таблиця 1

**Динаміка розвитку підприємств туризму**

Показники	Роки						%	
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016/2011	2016/2015
Кількість підпр., тис.од.	2348	2779	2744	2140	1728	1774	-24,46	+2,6
Кількість зайнятих	10988	12181	12005	9663	7930	8374	-23,79	+5,3
Дохід, тис.грн.	4651797,1	6323447,8	6160071,3	5423309,6	4783504,4	11501532,1	+59,55	+58,41

Аналізуючи дані статистичного Управління України за показниками наведеними у таблиці, ми можемо зробити наступні висновки: кількість туристичних підприємств (туроператорів та турагентів) за описуваний період скоротилася на 24,46 %, порівняно із 2011 роком, зате у порівнянні з 2015 роком – зросла на 2,6 %.

Кількість зайнятих повний робочий день у порівнянні 2016/2011 роки скоротилася на 23,79 % відсотка, що на 2614 робочих місць менше. Зате у порівнянні 2016/2015 років, кількість робочих місць збільшилася на 444, що на 5,3 % більше ніж у 2015 році.

Найцікавіша метаморфоза відбулася із доходністю туристичних підприємств, незважаючи на загальну тенденцію скорочення, як кількості туристичних підприємств, та і кількості зайнятих у них працівників, їхня доходність зросла у порівнянні 2016/2011 роками на 59,55 %, що на 6849735,0 тис. грн. більше, але цей значний приріст відбувся у досить таки короткий проміжок часу, що на нашу думку потребує додаткового вивчення та узагальнення статистичних показників.

**Список використаних джерел**

1. Статистичні дані Головного Статистичного Управління України від 2011 рік.
2. Статистичні дані Головного Статистичного Управління України від 2012 рік.
3. Статистичні дані Головного Статистичного Управління України від 2013 рік.
4. Статистичні дані Головного Статистичного Управління України від 2014 рік.
5. Статистичні дані Головного Статистичного Управління України від 2015-16 роки.

**Наявко І. І.**  
старший викладач,  
**Куласв В. І.**  
старший викладач,  
**Холявко Ю. С.**  
старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВПЛИВ ЗОВНІШНІХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Для того щоб досягнути загальний вплив зовнішніх чинників на розвиток спортивного туризму в Україні, нам необхідно звернутися до даних статистичного Управління нашої держави. Отже: у період з 2011 по 2016 роки, спортивний туризм в Україні розвивався наступним чином:

*Таблиця 1*

### **Розподіл туристів за метою поїздки та видами туризму**

Роки	Спортивний туризм	Інші види туризму
2011	43656	1844380
2012	50571	2629936
2013	47602	3020145
2014	2290	2214667
2015	2019	1812808
2016	2982	2247125

Як бачимо з вище наведених даних, спортивний туризм у нашій державі до 2014 року розвивався поступально та рівномірно, але у зв'язку із агресивними діями нашого північного сусіда, а саме: анексією Криму та проведенням антитерористичної операції в окремих частинах Луганської та Донецької областей, розвиток спортивного туризму в Україні скоротився більш ніж у 20 разів, а його відновлення у наступних 2015 та 2016 роках відбувалося досить повільно але поступально.

Окрему увагу слід звернути на зменшення дольової участі у розвитку спортивного туризму на тимчасово анексованих територіях нашої держави, а саме АР Крим та у деяких частинах Донецької і Луганської областей до початку анексії та у подальші роки. Так у останній довоєнний 2013 рік було обслуговано турсервісерами та турагентами в АР Крим – 950 чол., м. Севастополь – 151 чол., Донецька область – 163 чол., Луганська область – у довоєнні роки спортивного туризму не розвивала. Отже ми бачимо, що у загальному підсумку, на теперішніх тимчасово анексованих територіях України за 2013 рік було обслуговано 1264 чол., а уже у 2014 році залишилася лише Донецька область із доволі скромним показником у 23 чоловіка, од же зменшення відбулося майже у 55 раз.

Агресивні дії Московської держави негативно відобразилися не лише на сфері спортивного туризму, як бачимо із вище наведених даних і інші види туризму понесли суттєві втрати, так у 2013 році турсервісерами та турагентами було обслуговано 3020145 чоловік, а уже у 2014 році ця цифра скоротилася до 2214667 чоловік, що на 805478 чоловік менше ніж у до окупаційний період.

Таблиця 2

**Розподіл туристів за регіонами у довосний та наступний роки за метою поїздки та видами туризму**

Регіони України	2013		2014	
	спортивний туризм	інші види туризму	спортивний туризм	інші види туризму
АР Крим	950	175808	-	-
Вінницька	93	14735	50	10173
Волинська	2	10898	-	5352
Дніпропетровська	704	39741	185	26147
Донецька	163	82616	23	12061
Житомирська	-	3707	-	2515
Закарпатська	-	14355	-	7481
Запорізька	-	30253	6	22442
Івано-Франківська	34727	37899	-	60039
Київська	152	9330	-	6601
Кіровоградська	45	4929	-	3414
Луганська	-	13597	-	307
Львівська	512	170014	82	78548
Миколаївська	5829	9141	24	6035
Одеська	352	46493	163	32312
Полтавська	-	8117	1	4901
Рівненська	124	5320	-	3953
Сумська	-	9467	-	6471
Тернопільська	107	7744	-	5744
Харківська	1208	61794	11	56120
Херсонська	19	5573	-	5485
Хмельницька	-	13918	-	10589
Черкаська	24	6931	5	3440
Чернівецька	2	12639	1	10552
Чернігівська	-	3473	-	2652
м. Київ	2438	2141429	1739	1831333
м. Севастополь	151	80224	-	-
<b>Україна</b>	<b>47602</b>	<b>3020145</b>	<b>2290</b>	<b>2214667</b>

**Список використаних джерел**

1. Статистичні дані Державної служби Статистики України за 2011 рік.
2. Статистичні дані Державної служби Статистики України за 2012 рік.
3. Статистичні дані Державної служби Статистики України за 2013 рік.
4. Статистичні дані Державної служби Статистики України за 2014 рік.
5. Статистичні дані Державної служби Статистики України за 2015-2016 роки.

## КРЕАТИВНІСТЬ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У М. ЛЬВОВІ

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно розширюється та видозмінюється під впливом різних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Ринок послуг харчування України є достатньо динамічним, оскільки безпосередньо залежить від коливань попиту споживачів, їх платоспроможності та загальних змін в економіці країни.

Ресторанний бізнес на сьогоднішній день здається досить перспективним і прибутковим. З іншого боку потрібно і багато інвестувати, щоб бізнес був привабливим для клієнтів та конкурентоспроможним на ринку. У будь-якому більш-менш великому місті працюють не мало закладів для будь-якого споживача – кухні всіх народів світу, заклади, стилізовані під епохи, культури і навіть під твори мистецтва. Існують ресторани, які поєднують роботу і клубів, і барів, і навіть майданчиків для концертних виступів. На тлі всього цього вибрати свою нішу стає досить складно, конкуренти вже мають напрацьовану клієнтську базу та заслужену популярність у своєму місті, тому відкриття нового ресторану завжди зв'язане з певними ризиками.

Але, останнім часом з'явилося нове віяння моди, яке практично не набуло широкого поширення в Україні, хоча у західних країнах вже знайшло немало своїх прихильників. Це, так звана, "ізіюмінка" ресторану.

Все, що побудовано в ресторанному бізнесі у Львові, побудовано на креативі. І якщо згадувати про креативність у м. Львові не можна не згадати про ресторацію "Бачевських", присвячений історії родини Бачевських. Ця родина відома в усій Європі та світі ще із 1782 року, коли вони відкрили першу у світі фабрику масового виробництва горілки.

Ресторан Бачевських пропонує гостям різні по стилю і настрою локації для трапези. Зокрема, жидівська зала, яка витримана в дусі класичних інтер'єрів єврейських домів Галичини початку ХХ ст. Також світла та зелена Оранжерея, де живуть папужки, є внутрішньому дворику, де дозволено палити.

Характерна музика, зручні крісла та канапи, ажурні жовтяві скатертини, співучі канарки в білих клітках, багато зелені та світла, великі канделябри, а також рояль. Ресторан може запропонувати відвідувачам не лише горілку Бачевських, а й великий вибір наливок і настоянок власного виробництва (45 видів). В меню галицька, польська, єврейська та австрійська кухня, опрацьована шеф-кухарем Олександром Чернишенком. Із 8 до 11 години ранку у ресторані пропонують безлімітний шведський стіл зі всякими наїдками, десертами, фруктами та соками.

І до прикладу нещодавно відкритий львівський ресторан "36 По". Назва походить від адреси розташування закладу та персони, яка у давнину тут мешкала. У період свого перебування у Львові тут часто зупинявся польський князь, уродженець Відня Юзеф Понятовський, який згодом став маршалом Франції. Точніше, це навіть не ресторан, а ресторанний дім.

Усі п'ять поверхів кам'яниці віддані під різні гастрономічні напрямки: на два поверхи півний зал, окремо рибний зал, зал страв української кухні, а ще винна та сигарні кімнати.

Інтер'єр – у стилі тропіків. Зі стелі звисають вазони з живими квітами (догори дригом), а ще – грона справжнього винограду та помідорів-чері.

Ресторан має дві "родзинки". Перша – скляний рояль, який сам грає. Гламурний інструмент червоною кольору відтворює музику в рибному залі, клавіші рухаються в її ритм. Кожен охочий може сісти за рояль і теж спробувати себе в ролі музиканта. Друга – восьмиметровий акваріум, де мешкають п'ять невеличких акул та кілька екзотичних риб, зокрема, скати. Акваріум наповнений морською водою.

Підсумовуючи сказане, хочеться зазначити, що впровадження певних “ізіюминок” у ресторанному бізнесі приводить до збільшення кількості відвідувачів, до розширення асортименту продукції та способів її подачі, а також до пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищують конкурентоздатність закладів харчування.

#### **Список використаних джерел**

1. Бурій С. А. Іноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / С. А. Бурій // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 5. – Т. 2. – С. 201-205.
2. Мальська М. П. Готельний бізнес : підручник / М. А. Мальська; М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 470 с.

**Анісімов В. А.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

### **БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІ БЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН**

Ефективність бюджетної політики органів місцевого самоврядування визначається, насамперед, повнотою реалізації функцій місцевих бюджетів. Водночас необхідно констатувати, що вирішальний вплив на якість конкретних бюджетних рішень у сфері місцевих доходів і видатків справляє суб'єктивний чинник – наявність відповідних повноважень і компетенції місцевої влади. Отже, проблема самостійності місцевих бюджетів є первинною передумовою проведення ефективної політики формування та використання фінансових ресурсів місцевого самоврядування, запорукою досягнення фінансових пріоритетів територіальних громад.

З удосконаленням форм і методів державного управління змінюються критерії локалізації бюджетних правовідносин. Передумовою самостійності місцевих бюджетів є їх реальна фінансова незалежність від бюджету центрального уряду в площині фінансування програм соціально-економічного розвитку територій, реалізації права фіскальної ініціативи, здійснення низки інших конституційних повноважень у галузі управління і розпорядження ресурсним потенціалом території. На думку окремих науковців, матеріально-фінансова самостійність є необхідною умовою втілення всіх інших принципів місцевого самоврядування. Від фінансових можливостей залежить виконання реальних владних функцій органами місцевого самоврядування. Самостійність буде завжди лише формальною, якщо залишатиметься фінансова залежність [1, С. 138]. Чинним законодавством фінансова незалежність органів місцевого самоврядування визначається як незалежність останніх від загальнодержавних органів влади у прийнятті певних рішень щодо місцевих проблем і забезпечення для їх вирішення відповідними коштами [2].

Органи місцевої влади і місцевого самоврядування формально наділені необхідною ресурсною базою, володіють низкою повноважень в частині розпорядження наявними коштами, земельними ділянками, іншими об'єктами комунальної власності. Водночас фінансові можливості територіальних громад є істотно обмеженими, не відповідають встановленим нормам забезпечення соціальних гарантій, зумовлюють значні касові розриви при виконанні місцевих бюджетів.

Крім того, нерівномірність розподілу податкової бази в міжтериторіальному розрізі викликає територіальні фіскальні дисбаланси, вирівнювання яких за допомогою міжбюджетних трансфертів суттєво централізує процедури бюджетування, перетворюючи їх у складний, бюрократичний, непрозорий, перерозподільчий процес. Традиційно незначну частку у структурі доходів бюджетів місцевого самоврядування посідають неподаткові надходження, доходи від операцій з капіталом, цільові фонди. В більшості місцевих бюджетів практично відсутні місцеві запозичення. Все це зумовлює дію низки чинників.

По-перше, об'єкти комунальної власності, а також об'єкти, що перебувають у спільному використанні обласних і районних рад, у своїй переважній більшості є неприбутковими або ж безпосередньо фінансуються за рахунок бюджетних джерел. Як наслідок, фіскально-дохідна віддача вказаного різновиду неподаткових надходжень є мінімальною, а в багатьох випадках і бюджетно-збитковою (за умови зростання бюджетних джерел фінансових ресурсів у структурі капіталу таких установ).

По-друге, надходження від продажу основного капіталу, землі, нематеріальних активів не можуть відігравати відповідної фінансово-стабілізуючої функції, оскільки:

1) земля, угіддя, лісовий і водний фонд, інші природні ресурси, що знаходяться на території самоврядної адміністративної одиниці, згідно з чинним законодавством не вважаються об'єктами комунальної власності, а тому лише формально можуть зарахуватися до носіїв матеріальної бази органів місцевого самоврядування;

2) невизначеність та непослідовність юридичних норм щодо набуття власності на землю чи інші природні ресурси фактично нівелюють юрисдикцію територіальних громад як власників чи розпорядників іпотеки;

3) разові доходи у вигляді приватизації комунального майна, а також постійні, що надходять у вигляді орендної плати, є не лише нестабільними з огляду на юридично-фінансові процедури їх мобілізації, але й надто обмеженими через їх екстенсивне походження.

По-третє, місцеве самоврядування наділене повноваженнями формувати у складі спеціального фонду місцевого бюджету цільові фонди за рахунок власних доходів. Однак, як свідчить практичний досвід, зреалізувати зазначене право на місцевому рівні досить складно, тому що власних доходів не вистачає навіть на фінансування тих бюджетних призначень, які випливають з діяльності територіального колективу і не враховуються при визначенні обсягу міжбюджетних трансфертів. З іншого боку, частина цільових фондів формується та використовується за чітко визначеною схемою, встановленою державним законодавством [3]. Водночас розширити компетенцію місцевих органів, надавши їм право створювати власні позабюджетні та валютні фонди, видається безперспективним за відсутності правового механізму їх запровадження, функціонування, казначейського обслуговування, а також з огляду на недосконалість адміністративно-територіальної реформи.

По-четверте, практично недієздатним в Україні був і залишається інститут комунального кредиту, що спричинено як відсутністю відповідної інфраструктури для забезпечення випуску і погашення місцевих позик, так і нерозвиненістю фінансового ринку загалом.

Підсумовуючи викладене вище, необхідно наголосити, що в унітарних державах, до яких належить і Україна, фінансова автономія місцевого самоврядування завжди має певні обмеження, які є наслідком конституційної доктрини держави. При цьому дуже важливо провести оптимальне розмежування повноважень між центральною та місцевою владою, забезпечивши ефективний перерозподіл бюджетних ресурсів між різними ланками зведеного бюджету. Крім того, недосконалість правової бази функціонування територіальних колективів базової ланки місцевого самоврядування істотно звужує дієздатність органів управління територіальних громад, обмежує сферу функціональних повноважень останніх. Нестабільність дохідної бази місцевих бюджетів, відсутність ефективного механізму міжтериторіального перерозподілу державних доходів, значні відмінності в рівнях економічного розвитку регіонів з властивими їм умовами проживання потенційно ведуть до соціальних конфліктів і політичної нестабільності. Як наслідок, тягар нагромаджених проблем негативно позначається на розвитку регіонів.

За умов світової фінансової глобалізації, що супроводжується конвергенцією національних фінансових систем, особливого значення набувають процеси наближення основних засад територіальної організації влади до стандартів, запроваджених Радою Європи, які, своєю чергою, впливають на формування принципів реалізації фінансової політики на локальному рівні управління. Прийняття у 1985 р. Європейської хартії про місцеве самоврядування стало логічно послідовним кроком на шляху офіційного закріплення процесів децентралізації державної влади на основі проведення системно-послідовних змін у політичній, адміністративній, фінансовій,

ринковій концепціях державного управління. У широкому розумінні децентралізація означає передачу частини компетенції та відповідальності у сфері виконання загальнодержавних функцій і завдань від центрального уряду до підпорядкованих йому органів державної влади чи квазі-незалежних субнаціональних урядів, або до приватного сектора.

#### Список використаних джерел

1. Місцеві фінанси: підручник / За ред. О. П. Кириленко. – К.: Знання, 2006. – 677 с.
2. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" від 21.05.2010, №28/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – С. 379-423.
3. Бюджетний кодекс в коментарях [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://legalexbert/komkodks/bku/hmb>.

**Кудла І. Я.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## ІНСТИТУЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНОЇ ЕНЕРГЕТИКИ В УКРАЇНІ

Розвиток альтернативної енергетики є одним із найбільш важливих напрямів енергетичної політики України, спрямованої на заощадження традиційних паливно-енергетичних ресурсів та збереження екосистеми. На сьогоднішній день енергодефіцитність нашої держави у поєднанні з високою енергоємністю вітчизняної економіки, що в 3-4 рази перевищує відповідні показники економічно розвинутих країн, робить Україну надзвичайно чутливою до умов імпортування природного газу. Збільшення обсягів використання відновлюваних джерел енергії в енергетичному балансі відкриває можливість диверсифікації джерел енергоносіїв, що сприятиме зміцненню енергетичної незалежності України [1].

За розрахунками Інституту відновлюваної енергетики НАН України, річний технічно досяжний енергетичний потенціал відновлюваних джерел енергії сягає 68,6 млн. тонн нафтового еквіваленту (т.н.е.), тобто близько половини загального енергоспоживання. Однак, за даними офіційної статистики [2], на практиці ці цифри є значно меншими (табл. 1). Основними напрямками використання відновлюваних джерел енергії є вітрова, сонячна, геотермальна, а також енергія річок, біомаси та природного середовища.

Таблиця 1

**Енергетичний баланс України за 2017 р.**

(тис. т.н.е.)

Постачання та споживання*	Вугілля й торф	Сира нафта	Нафто-продукти	Природний газ	Атомна енергія	Гідроелектроенергія	Вітрова, сонячна енергія	Біопаливо та відходи	Електроенергія	Теплоенергія	Усього
Виробництво	20146	2304	-	15172	21247	660	124	3348	-	599	63600
Імпорт	10617	527	9155	8807	-	-	-	38	7	-	29151
Експорт	-495	-25	-24	-	-	-	-	-553	-329	-	-1427
Міжнародне бункерування	-	-	-157	-	-	-	-	-	-	-	-157
Загальний баланс	29727	2806	8387	25598	21247	660	124	2832	-323	599	91658

\* Без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та зони проведення АТО

Стрімка та позитивна динаміка розвитку відновлюваної енергетики (рис. 1) є результатом послідовної та виваженої державної політики, спрямованої на розвиток сфери використання відновлюваних джерел енергії, що забезпечує підвищення екологічної та енергетичної безпеки, розвиток промисловості та диверсифікацію джерел енергії.

На інституційному рівні задля сприяння зростанню виробництва альтернативної

енергетики, з урахуванням індикативної траєкторії досягнення національних цілей щодо енергії з відновлюваних джерел, було прийнято ряд законодавчих актів, Розпоряджень та Постанов Кабінету Міністрів України, Постанов НКРЕКП. На офіційних веб-сайтах міністерств та облдержадміністрацій висвітлюється інформація про надання підтримки впровадженню заходів щодо виробництва енергії з відновлюваних джерел, а також переваг, вартості та енергоефективності відповідного обладнання. Центральні та місцеві органи виконавчої влади й органи місцевого самоврядування щоквартально звітують Держенергоефективності про проведenu роботу з популяризації відновлюваної енергетики.

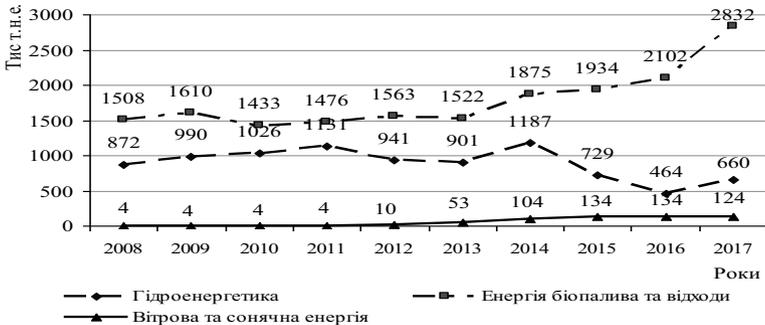


Рис. 1. Енергоспоживання на основі відновлювальних джерел за 2008-2017 рр.\*

\* 3 2014 р. – без урахування тимчасово окупованої території АР Крим та зони проведення АТО

Для стимулювання розвитку альтернативних джерел енергії у Податковому і Митному кодексах України містяться положення щодо зниження податкового навантаження для підприємств відновлюваної енергетики, зокрема звільнення від оподаткування:

- прибутку компаній, які виробляють електроенергію з відновлюваних джерел;
- прибутку виробників біопалива, отриманого від продажу біопалива;
- прибутку підприємств, отриманого від діяльності з одночасного виробництва електричної і теплової енергії та/або виробництва теплової енергії з використанням біологічних видів палива;

- прибутку виробників техніки, обладнання та устаткування для виготовлення та реконструкції технічних і транспортних засобів, які споживають біологічні види палива;
- звільнення від ПДВ операцій із ввезення на митну територію України устаткування на відновлюваних джерелах енергії, обладнання і матеріалів для виробництва альтернативних видів палива або для виробництва енергії з відновлюваних джерел енергії, а також звільнення від сплати ввізного мита зазначеного устаткування, обладнання і матеріалів [3].

Крім того, законодавчо передбачено встановлення “зеленого” тарифу, за яким закуповується електрична енергія, вироблена на об’єктах електроенергетики, з альтернативних джерел енергії.

Масштабне використання потенціалу відновлюваних джерел енергії в Україні має не тільки внутрішнє, а і значне міжнародне значення як вагомий чинник протидії глобальним змінам клімату в цілому, покращення загального стану енергетичної безпеки Європи. В умовах Євроінтеграції Кабінетом Міністрів України було ухвалено Енергетичну стратегію України на період до 2030 р., якою визначено, що освоєння відновлюваних джерел енергії є важливим фактором підвищення рівня енергетичної безпеки та зниження антропогенного впливу енергетики на навколишнє природне середовище. Запропоновані заходи з підвищення енергоефективності були використані в Національному плані дій під час

розрахунків різних сценаріїв енергоспоживання України до 2020 року.

Також слід зазначити, що після підписання відповідного Протоколу про приєднання України з 2010 р. є повноправним членом Енергетичного Співтовариства. Відповідно до Директиви 2009/28/ЄС було визначено національні цілі у сфері відновлюваної енергетики, що надають певні гарантії інвесторам та сприяють розвитку новітніх технологій та інновацій у цій сфері. Згідно з Рішенням D/2012/04/МС-ЕпС Україна зобов'язалась до 2020 р. досягти рівня 11 % енергії з відновлюваних джерел енергії в загальній структурі енергоспоживання, що буде потужним стимулом для подальшого розвитку альтернативної енергетики.

Таким чином, інституційне забезпечення розвитку альтернативної енергетики є інструментом подолання прогалів в енергетичній сфері, надає Україні конкурентні можливості для запровадження європейських технічних стандартів і прозорих правил регулювання, кращого інвестиційного клімату, посилення енергетичної безпеки.

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України "Про альтернативні джерела енергії" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/555-15>.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.10.14 № 902-р "Про Національний план дій з відновлюваної енергетики на період до 2020 року" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/902-2014-%D1%80>.

**Савченко Т. В.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРОДУКТ І ПОСЛУГА В ТУРИЗМІ: СУТНІСТЬ ТА ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ**

В сучасних умовах туризм являється одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки багатьох країн, оскільки бере участь у формуванні валового внутрішнього продукту, є одним із джерел наповнення прибуткової частини бюджету та виступає індикатором рівня розвитку країни.

З огляду на багатогранність туристичної індустрії виникає необхідність в економічному уточненні основних понять, зокрема, таких, як: туристичні продукти і послуги. Нормативне трактування зазначених понять знайшло своє відображення в Законі України "Про туризм". Відповідно до даного нормативного акту "туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і з розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо)" [3].

Тлумачення туристичних послуг в Законі подано з позиції зміни їх обсягів в залежності від реалізації туристам. Залежно від суттєвості зміни обсягів послуг без їх реалізації туристам, туристичні послуги поділяють на характерні і супутні. "Характерні туристичні послуги – послуги, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких суттєво скоротяться без їх реалізації туристам. Супутні туристичні послуги – послуги, призначені для задоволення потреб споживачів, надання та виробництво яких несуттєво скоротяться без їх реалізації туристам" [3].

Дослідження сутності туристичних продуктів та послуг знаходиться в полі зору і науковців, однак однакостайності у тлумаченні цих понять серед них немає. На нашу думку, найбільш узагальнено характеризує туристичний продукт відомий англійський туризмолог В. Мідгон. Він вважає, що комплексний туристичний продукт являє собою набір або пакет

обов'язкових і невідчутних компонентів, склад яких встановлюється діяльністю людей в туристичному центрі.

А. П. Дурович визначає туристичний продукт як сукупність різномірних елементів: природні ресурси, історичні, культурні, архітектурні надбання; обладнання, засоби розміщення, ресторани, інвентар; можливості пересування (транспорт). Відповідно, автор визначає туристичний продукт “як комплекс матеріальних і нематеріальних елементів, а саме товарів і послуг, співвідношення яких у туристичному продукті відповідає 25 % і 75 %, що пов'язано з особливим характером та обставинами споживання” [1, с. 16-22].

Аналогічне визначення туристичного продукту дають і О. М. Лютак та Д. Л. Романчук, вважаючи, що це “комплекс послуг і товарів, матеріальних і нематеріальних благ та ресурсів, призначених для туристичного споживання, що реалізуються на ринку туристичних послуг” [3]. Водночас, автори концентрують увагу на основних характеристиках туристичного продукту, зазначаючи, що він є здебільшого вузькоспеціалізованим, має складну, динамічну структуру, пристосовану до зміни попиту, і здатен забезпечити задоволення різноманітних потреб людини, що подорожує.

На наш погляд, туристичний продукт – це сукупність елементів (послуг, товарів, ресурсів), як в матеріальній, так і нематеріальній формі, що формуються туристичними операторами як певні пропозиції для задоволення попиту споживачів на ринку.

Туристична послуга є складовою частиною туристичного продукту. В певній мірі, туристична послуга спрямована на задоволення чітко сформованої потреби туриста (споживача), певного задуму. В цьому випадку туристичний продукт можна охарактеризувати як сукупність елементів, метою яких є реалізація даного задуму. Туристичні послуги формують туристичний продукт з огляду на потреби, які виникають у потенційних споживачів, забезпечуючи його індивідуальність та більшу привабливість. Відповідно, під туристичною послугою ми розуміємо комплекс дій суб'єктів туристичної діяльності задля задоволення певних потреб споживачів безпосередньо в місці її реалізації.

Основною відмінністю між туристичним продуктом і туристичною послугою є момент їх реалізації та споживання. Так, реалізація та споживання туристичної послуги здійснюється одночасно в місці її надання. Водночас, реалізація туристичного продукту можлива за місцем знаходження самого споживача, а вже процес споживання елементів туристичного продукту відбувається на місці надання послуг.

Таким чином, можна відмітити, що неоднозначність у тлумаченні сутності туристичного продукту обумовлена, на наш погляд, різними підходами дослідників: з позиції виробництва або ж споживання. Туристичний продукт – це комплексне поняття, основною складовою якого є туристична послуга. Розуміння сутності туристичних продуктів і послуг та виокремлення їх характерних рис є необхідною умовою формування обліково-аналітичного забезпечення управління суб'єктами туристичної діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. Дурович А. П. *Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – 7-е изд., перераб. и доп. – Мн. : Новое знание, 2007. – 496 с.*
2. Лютак Е. Н. *Туристичний продукт як основний елемент забезпечення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного кластера / Е. Н. Лютак, Д. Л. Романчук. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua>.*
3. *Про туризм : Закон України № 324/95-вр від 15.09.95 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.*

## ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Сьогодні туризм перетворився на один із значних аспектів організації життя широких верств населення. Сучасний масовий туризм є вже не тільки соціальним і культурним чинником, а й економічним. Туризм став багатограним “індикатором” нашого часу. В ньому поєднуються і взаємодіють безліч різних інтересів, закономірностей і процесів. Відповідно, ефективно управляти діяльністю підприємств у сфері туризму, необхідно, враховуючи вищесказане.

У Законі України “Про туризм” туристичний продукт визначається як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше двох таких послуг, що реалізуються або пропонуються до реалізації за визначеною ціною [1].

Основи побудови механізму управління діяльністю підприємств у сфері туризму повинні, на наш погляд, будуватися, виходячи із загальних постулатів теорії систем, зокрема з дотриманням параметрів, які характеризують систему як цілісність.

Системою можна вважати ціле, що складається з двох або більше частин, які відповідають наступним п’яти умовам:

1. Ціле має одну або більше функцій чи визначальних властивостей. Система, що утворена з підсистем, не може здійснювати свої функції, якщо нормально не функціонують підсистеми.

2. Частини, або елементи системи можуть впливати на поведінку або властивості системи в цілому.

3. Можна виділити таку сукупність частин системи, котра є достатньою для виконання системою своїх функцій; кожна з цих частин є необхідною, проте не достатньою для функціонування в цілому. Такі частини називають істотними частинами, або елементами системи, відсутність будь-якої з них не дозволяє системі виконувати свої основні функції.

4. Спосіб, яким кожна істотна частина системи впливає на її поведінку, або властивості, залежить від іншої істотної частини системи.

5. Дія певної сукупності істотних елементів системи як цілого залежить одна від іншої [2, с. 134].

Аналізуючи туристичний продукт під кутом зору системного підходу, відмітимо, що індустрія туризму є багатогранною, оскільки багато підприємств приймає участь в організуванні відпочинку та обслуговуванні туристів. Туристичний продукт є симбіозом специфічних товарів та послуг. Туристичний продукт як система, складається з підсистем, наведених на рис. 1.

Кожна з наведених підсистем має свою специфіку, функціональні особливості та чинники, що впливають на якість туристичного продукту.

Як і будь-якій послугі, туристичному продукту притаманні наступні особливості, які необхідно враховувати при організації туристичного бізнесу: як загальні (такі, як неможливість зберігання, складування, транспортування; недосяжність послуги до моменту її отримання; змінність якості; емоційне насичення враження та специфічні, які потребують деталізації).

Отже, оглянемо коротко специфічні особливості туристичної послуги.

1. Територіальна розрізненість виробника, реалізатора і споживача. Для ілюстрації цієї відмінності, можна навести приклад, коли клієнт живе у Львові, замовляє тур в Київській агенції, а їде відпочивати у Таїланд.

2. Високий ступінь індивідуалізації послуги. Зумовлений людським чинником, а саме: психологічними особливостями особистості, відмінністю смаків та уподобань, різними

фінансовими можливостями споживачів, а також відмінними уявленнями про якість.

3. Інформаційна насиченість. В процесі споживання послуги відбувається активний комунікаційний процес з різноманітними учасниками: іншими туристами, підприємствами, що надають екскурсійні послуги, місцевими мешканцями тощо.

4. Життєвий цикл. Парадоксальність життєвого циклу туристичної послуги полягає в тому, не зважаючи на те, що він складається зі стандартних етапів: народження, зростання, зрілості, спадання, для кожного індивідуального випадку тривалість кожного життєвого періоду і циклу в цілому буде різною. Для одного споживача він буде тривати з моменту підписання договору в туристичній організації, до закінчення його дії, а для іншого – він буде тривати з моменту офіційного початку подорожі, і до того часу, доки не минуть враження від отриманих послуг. Тривалість життєвого циклу туристичної послуги прямо пропорційна її якості.

5. Мультиплікативний ефект. З точки зору споживача, основними можливими наслідками від споживання туристичної послуги можуть бути: підвищення освітньо-культурного рівня туриста; оздоровлення організму; задоволення певних моральних та матеріальних потреб. Також потрібно відзначити, що туристична послуга може мати негативний ефект.

6. Процесний аспект одержання послуги. Його сутність полягає в тому, що споживач оплачує таку вартість послуг, яку він сподівається отримати. Проте, з огляду на цілий комплекс чинників, очікування не завжди можуть бути виправдані [3].

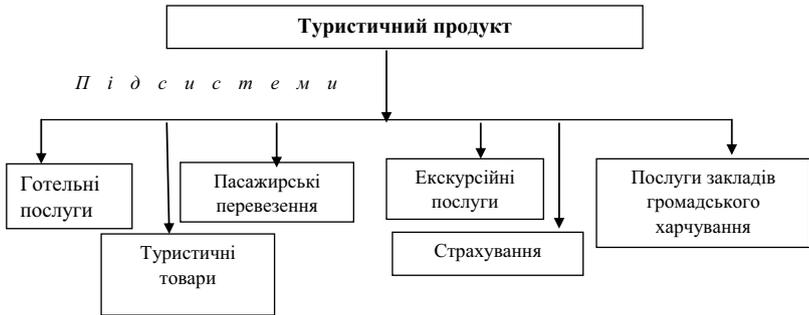


Рис. 1. Структура туристичного продукту

Загалом, необхідно пам'ятати, що, позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається тільки тоді, коли він розвивається різнобічно, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Отже, ефективність туризму передбачає, що він в державі повинен розвиватися паралельно і у взаємозв'язку з іншими галузями соціально-економічного комплексу.

#### Список використаних джерел

1. Закон України "Про туризм", остання редакція від 17.11.2010.
2. Котлер Ф. Маркетинг: Гостеприимство. Туризм : учебник / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М. : Юнти-Дана, 2007. – 1046 с.
3. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.

## СЕКЦІЯ 6 “ТОВАРОЗНАВСТВО, УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ”

**Сирохман І. В.**

д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ НАУКИ

Важливим чинником гармонійного розвитку людини можна вважати харчування дітей, підлітків і дорослих з урахуванням забезпечення потреб організму в незамінних компонентах, зокрема в поліненасичених жирних кислотах, макро- і мікроелементах, вітамінах, біфідобактеріях. Що стосується поліненасичених жирних кислот, особливо  $\omega$ -3, то вони поліпшують ліпідний профіль крові, знижують вміст тригліцеридів підвищеної твердості, а також ліпопротеїдів низької і дуже низької густини та збільшують концентрацію ліпопротеїдів високої густини.

Перспективним можна вважати створення продуктів харчування оздоровчо-профілактичного спрямування, зокрема для оптимізації всіх видів обміну речовин, продуктів, що підсилюють загально зміцнювальну, тонізуючу, заспокійливу та інші види дій, для зниження ризику захворювань, а також нормалізації мікрофлори шлунково-кишкового тракту в якості сорбенту. Збагачення харчових продуктів є найбільш ефективним способом усунення дефіциту незамінних складників у харчуванні людини, що дозволяє забезпечити до 50% добової фізіологічної потреби організму в необхідних сполуках.

В наукових пошуках важливим аргументом можна вважати обґрунтування раціональних способів забезпечення безпечності харчової продукції, особливо за рахунок поєднання термічних, хімічних, а в деяких випадках також радіаційного і методу іонізуючого опромінення. Наприклад, відомі напрацювання радіаційного обробітку різних продуктів харчування з метою скорочення втрат під час транспортування та зберігання плодів і овочів, не створюючи спеціальних умов – подовжити терміни зберігання м'яса, риби, птиці, сповільнити процеси проростання картоплі і різних коренеплодів, зберегти якість під час тривалого транспортування швидкопсувних ягід та ін. Щодо принципу використання радіаційних технологій міжнародні стандарти чітко визначають, що опромінення харчових продуктів обґрунтовано, тільки якщо воно “направлено на захист споживача... і ... не повинно бути використано як заміна необхідним санітарно-гігієнічним умовам виробництва або вирощування...”. Отже, виробнику необхідно співставити різні варіанти забезпечення безпечності, і тільки в разі наявності справжньої переваги холодної стерилізації і впевненості в тому, що цей процес не є заміною належної санітарно-гігієнічної практики, приймати рішення про використання радіаційної технології.

Науковці різних галузей харчової промисловості займаються розробкою технологій виробництва збагаченої продукції. Прикладом можуть бути різні збалансовані суміші для молочних, хлібобулочних і макаронних виробів, багатьох груп кондитерської продукції тощо. Будь-які обмеження в харчуванні повинні опиратися на наукові докази. Сучасні медичні рекомендації полягають у модифікації складу й рецептур харчових продуктів, направленої на зниження вмісту солі, добавленого цукру, насичених жирів і трансізомерів жирних кислот. Особливе місце належить харчуванню (нутритивній терапії) в профілактиці і лікуванню цукрового діабету 2 типу, а також у попередженні / сповільненні діабетичних ускладнень, направлених на досягнення і підтримку цільового рівня глюкози, холестерину, артеріального тиску, нормальної маси тіла з урахуванням особливостей, потреб і вподобань конкретного пацієнта. Затребуваність кондитерських виробів споживачами всіх вікових груп пояснюється не тільки особливими смаковими особливостями продукції, але також її позитивним емоціональним впливом на людину. Разом з тим фізіологічна цінність кондитерських виробів

невисока високий вміст жирів і вуглеводів переважної більшості і незначна кількість вітамінів і мінеральних речовин. Тому створення кондитерських виробів нового покоління з модифікованим вуглеводним профілем для персоналізованої дієтотерапії цукрового діабету 2 типу актуально і направлено на підвищення якості життя населення.

Відомі наукові дискусії щодо використання нанотехнологій і наноматеріалів у виробництві продуктів харчування. Однією з головних проблем, що виникають у зв'язку з впровадженням нанотехнологій у харчові виробництва, є відсутність надійних етодів ідентифікації і контролю наночастинок у складі харчових продуктів, включаючи контроль їх справності. Суттєва проблема зв'язана з необхідністю оцінювання відсотків ризику та з присутністю потенційно токсичних наночастинок у складі їжі.

Європейське управління продовольчої безпеки розробило практичний підхід для оцінки потенціального ризику, що заповнений використанням нанотехнологій у ландшафту харчування. Керівництво передбачає формування вимог до визначення фізико-хімічних характеристик проєктованих наноматеріалів, що використовуються, наприклад, в якості харчових добавок, ферментів, ароматизаторів, матеріалів, які контактують із харчовими продуктами, нових харчових продуктів, кормових добавок і пестицидів; підходи до проведення випробувань для ідентифікації та визначення характеристик небезпек, що виникають від наночастинок, які, в загальному, повинні включати інформацію з ген етичності *in vitro*, дослідження всмоктування їжі, її розподіл метаболізму і виведення з організму, а також дослідження токсичності з повторною дозою через 90 днів на гризунах.

Важливим спрямуванням є дослідження можливості інкапсулювання біологічно активних речовин з використанням різних наноемульсій, зокрема, наноемульсія типу “жир у воді”, порошок, отриманий за рахунок її розпилювального сушіння, і наноемульсія спирт/тверді жири. Антиокислювальні властивості можна дослідити в експериментах з прискореного старіння за відповідної температури з одночасним моніторингом перекисного та бензидинового чисел.

В основу географічної ідентифікації харчових продуктів рослинного походження покладена техніка “відбитків пальців” – багатоелементний порівняльний аналіз з використанням мас-спектрометрії (МС) з індуктивно зв'язаною плазмою. Досить багато напрацювань щодо підбору елементів – маркерів географічного походження для багатого асортименту вина, соків, олій, кави, чаю, цукру та ін.

Перспективний флуориметричний метод кількісного визначення барвника родамін В у харчових продуктах у зв'язку з його можливою канцерогенністю і токсичністю. При цьому звернуто увагу на вплив параметрів екстракції й аналізу концентрації, зокрема, поверхнево активних речовин, тривалість і температура екстракції, величина рН, природа розчинника ін. З урахуванням цих особливостей проведена оптимізація умов визначення. Встановлений діапазон лінійності вимірів ( $4,67 \times 10^{-2}$  –  $100$  мкг/л<sup>-1</sup> з коефіцієнтом кореляції 0,99). В оптимальних умовах межа визначення склала  $1,40 \times 10^{-2}$ , а межа кількісного визначення –  $4,67 \times 10^{-2}$  –  $100$  мкг/л<sup>-1</sup>.

Для одночасного визначення трьох  $\beta_2$ -агоністів рактопаміна, салбутамола і кленбутирола розроблений електрохімічний метод із використанням модифікованого золотими наночастинами скло вуглецевого електроду. Для обробки вольтамперограм, отриманих методом диференціальної імпульсної інверсійної амперметрії, використовували хемометричні методи. Межі виявлення для рактопаміна, салбутамола і кленбутирола досягли 2,4, 5,8 і 2,6 нг/мл. Відносна погрішність передбачень склала 7%, а середня відтворюваність – 97,6%.

Високий гідростатичний тиск як новий нетермічний метод обробки показав значні можливості у виробництві безпечної мікробіологічної продукції, зберігаючи пр. цьому природні характеристики продуктів харчування. Встановлені руйнівні дії високого тиску на вегетативні бактерії, спори, дріжджі, плісені і віруси, активуючу дію на ферменти, а також зміни макромолекул харчових продуктів індукуючим тиском і фазовий перехід води. Перевага нової технології полягає в збереженні натурального аромату, смаку, кольору і поживних речовин.

Отже, сучасні напрями наукових досліджень харчових продуктів мають перспективне спрямування, поєднують технологічні і товарознавчі напрацювання.

## ОПТИМІЗАЦІЯ СПОЖИВНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ

Сучасний рівень розвитку науки про харчування дозволяє зробити висновок про те, що їжа є одним із головних факторів, які визначають стан здоров'я населення. Завдання оптимізації споживних властивостей інноваційних продуктів нового покоління ґрунтується на використанні природних інгредієнтів, які здатні підвищити їх харчову і біологічну цінність. Особливої вагомості отримує фактор впливу комплексу інгредієнтів на споживні властивості продукції. Вибір природних інгредієнтів для нових виробів обумовлений їх хімічним складом. Вміст біологічно цінних сполук у такій сировині дозволяє скорегувати хімічний склад нових виробів та підвищити стійкість у зберіганні.

Для поліпшення споживних властивостей нових кексів до їх складу вводили природні нетрадиційні інгредієнти в % до маси борошна, нетрадиційні види олій та добавки-антиоксиданти – в % до маси маргарину: в зразок кексу № 1 – 10,0 % борошна вів'яного, по 0,25 % порошку листя бадану товстолистого та порошку морської капусти, 0,5 % порошку листя малини і 5,0 % порошку підбілу звичайного, 8,0 % гарбузової олії; в зразок кексу № 2 – 4,0 % гречаного борошна, 15,0 % сухого знежиреного молока, 15,0 % плодів чорниці, 1,5 % порошку квітів фіалки триколірної та 0,25 % порошку коренів цикорію.

Оптимізацію складу кексів проводили за допомогою комп'ютерної програми. Корегування дозування здійснювали з врахуванням дегустаційного оцінювання. За підсумками досліджень затверджено нормативно-технічну документацію (рецептури, технологічні інструкції, технічні умови). Впровадження у виробництво підтверджено актами виробничих випробувань та актами промислового впровадження. Технічні рішення захищено патентами України на корисну модель.

Розроблені зразки виробів помітно перевищили контрольний зразок за органолептичними показниками. Фізико-хімічні показники повністю відповідали встановленим нормативним вимогам.

Застосування нетрадиційних інгредієнтів сприяло зростанню кількості мінеральних елементів у них (табл. 1).

*Таблиця 1*

**Вміст макроелементів у кексах**

Зразки продукції	Вміст, мг/100 г		
	кальцій	магній	фосфор
Контроль	7,54	13,8	63,82
Зразок № 1	8,22	18,02	93,26
Зразок № 2	29,09	25,5	141,08

Вміст кальцію в зразку № 2 перевищив контроль у 3,9 раза переважно завдяки введенню до рецептури сухого знежиреного молока. Певне підвищення вмісту цього макроелементу спостерігається також і в зразку № 1. Збільшення кількості магнію в зразках кексів № 1 та № 2 відбулося відповідно в 1,3 та 1,9 раза порівняно з контролем, а фосфору – в 1,5 та 2,2 раза.

Збільшення кількості заліза відзначено в 1,7 у зразку № 1 та в 2,0 рази – у зразку № 2 (табл. 2).

Мінеральний склад визначали методом атомно-абсорбційної спектrophотометрії на атомно-абсорбційному спектrophотометрі С-115; вміст фосфору – колориметричним методом; вміст йоду – методом інверсійної постійнострумової вольтамперметрії на 3-х електродній схемі на аналізаторі “Екотест-ВА”.

Вміст мікроелементів у кексах, мг/100 г

Мінеральні елементи	Найменування кексів		
	Контроль	Зразок № 1	Зразок № 2
Залізо	1,38	2,27	2,68
Мідь	0,13	0,34	0,24
Цинк	0,38	0,49	0,50
Марганець	0,28	0,59	0,57
Йод, мг/кг	0,001	0,150	0,004
Селен, мкг/кг	0,01	3,68	*

\* – показник не визначався

Цінний хімічний склад природних інгредієнтів дає змогу прогнозувати оптимізацію харчової і біологічної цінності готової продукції. Молоко сухе знежирене містить цінний мінеральний склад, який включає (мг) : Na – 500, K – 1224, Ca – 1107, Mg – 156, P – 976, Fe – 1. Борошно вівсяне багате на ферменти, K, P, Mg, Fe і Ca. У гречаному борошні міститься мінеральних речовин, мг/100 г: K – 130, Ca – 42, Mg – 240, P – 250, Fe – 4,0. У листі малини (*Rubus idaeus* L.) та у квітках фіалки триколірної (*Viola tricolor* L.) містяться мінеральні солі. У сухій масі ламінарії є солі альгінової кислоти (до 25 %), макро- і мікроелементи (йод – 2,7-3 %, бром – 0,02-0,9 %, калій, натрій, кальцій, марганець, мідь, кобальт, селен та ін.). Її використовують для профілактики ендемічного зобу та атеросклерозу. До складу плодів чорниці (*Vaccinium myrtillus* L.) входять сполуки марганцю і заліза. Олія гарбузового насіння містить, крім інших біологічно цінних речовин, мікро- та макроелементи (Fe, Mg, Zn, Se). Вона сприяє виведенню токсичних речовин з організму, відновлює функцію клітинних мембран, має виражену антиоксидантну, противиракову, антисептичну, протизапальну, антисклеротичну і антиалергічну дію.

Як відомо, мінеральні елементи відіграють надзвичайно важливу фізіологічну роль в організмі: вони входять до складу структурних елементів клітин, біологічно активних сполук, які регулюють обмінні процеси, є пластичним матеріалом і сприяють процесам зсідання крові та запобіганню ряду захворювань.

Кальцій в організмі людини використовується для побудови кісткової тканини та зубів, забезпечує зсідання крові, збуджує і гальмує діяльність кори головного мозку, активізує ферменти шлунку. Магній регулює кальцієвий та холестеринний обмін, роботу нервової системи, стимулює перистальтику кишок, знижує артеріальний тиск. Фосфор бере участь в обмінні речовин організму, функціонуванні нервової системи, печінки, в утворенні ферментів, гормонів.

Залізо в організмі людини входить до складу гемоглобіну крові, міоглобіну, ферментів, функціональних сполук печінки. Мідь належить до кровотворних елементів, стимулює процеси окислення, входить до складу ферментів. Цинк входить до складу фермента карбогідрازی, який бере участь у виведенні з організму вуглекислого газу, необхідний для нормального функціонування підшлункової залози. Марганець бере участь в обмінних процесах клітин, входить до складу багатьох ферментів, відіграє важливу роль у формуванні кісток.

Йод дуже потрібен для нормальної життєдіяльності людини, його нестача в організмі порушує обмінні процеси, функцію щитовидної залози. Селен бере участь у регуляції процесів серцево-судинної системи, кровотворенні, підтримці функцій печінки. Фрукти та овочі містять мало селену. Досить багато його є в листках підбілу звичайного.

Таким чином, внесення в рецептуру нових виробів нетрадиційних інгредієнтів сприяє зростанню вмісту мінеральних елементів у них. Оскільки в нових виробках збільшено вміст макро- та мікроелементів, можна констатувати, що нова продукція характеризується підвищеною біологічною цінністю та її можна рекомендувати для масового споживання з профілактичною метою відповідно до концепції оздоровчого харчування.

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Рівень послуг, який надається рестораном – це його імідж, гарантія конкурентоспроможності та популярності. Присемне враження справляє такий ресторан, де обслуговування ненав'язливе, але при цьому побажання гостя виконуються. Все робиться ніби само собою: всюди чистота, красиво, персонал надмірно не нав'язує свої послуги. Ресторанний бізнес виробляє продукт, який на відміну від товару промислової сфери, споживачам важче оцінити за критерієм якості до того, як буде здійснене замовлення.

Метою даної роботи є розробка і впровадження інноваційних підходів щодо вдосконалення якості обслуговування споживачів у сфері ресторанного бізнесу.

Культура обслуговування – один з основних критеріїв в оцінці діяльності працівників громадського харчування. Основні фактори, які визначають культуру обслуговування, є наявність сучасної матеріально – технічної бази, види і характер послуг, які надаються, кількість і якість продукції, яка випускається, впровадження прогресивних форм обслуговування, рівень рекламно – інформаційної роботи, професійна майстерність працівників.

Культура обслуговування на високому рівні підвищує конкурентоспроможність підприємства, що дуже важливо при ринкових відносинах. На практиці, щоб виміряти якість послуги, ресторатори визначають, яким чином споживачі сприймають якість. На підставі результатів досліджень можна зробити висновок, що споживачі оцінюють якість послуги, порівнюючи очікуваний і отриманий результати.

За проведеними дослідженнями виявлено десять ключових критеріїв сприймання якості послуги:

- ступінь доступності (наскільки просто отримати своєчасний доступ до послуги);
- імідж закладу (наскільки заклад заслуговує довіри);
- знання (чи дійсно персонал ресторану розуміє потреби клієнта);
- надійність (наскільки послідовна і надійна послуга);
- безпека (чи не пов'язано виробництво і споживання послуги з небезпекою і ризиком);
- компетенція персоналу (чи є у співробітників необхідна кваліфікація і знання для надання послуги високої якості);
- рівень комунікації (наскільки добре заклад доносить до споживача свої послуги);
- ввічливість (наскільки співробітники ввічливі, тактовні і уважні до споживачів);
- реакція співробітників (чи виявляють співробітники бажання і здатність швидко надати послугу?);
- естетичні чинники (чи пов'язаний зовнішній вигляд співробітників, фізична обстановка і інші відчуття з якістю наданої послуги).

Перші п'ять факторів пов'язані з якістю кінцевої послуги, а завершальні п'ять – з якістю процесу її надання.

Нові концепції закладів ресторанного господарства створюються з метою максимально повного задоволення потреб певних груп споживачів. В останні роки інновації суттєво змінили індустрію громадського харчування. Тому зараз з метою підтримки високих доходів важливо знати актуальні новинки ресторанного бізнесу. В цілому ресторанний бізнес прямо залежить від рівня витрат своїх клієнтів. Підприємства повинні вміти залучати клієнтів, домагатися їх лояльності і всіляко стимулювати витрати на придбання ними послуг. В майбутньому ресторанний бізнес все більше буде орієнтуватися на повторне залучення клієнтів, і стимулювати додаткові витрати з їхнього боку, пропонуючи широкий асортимент страв і

напоїв і високу культуру обслуговування, яка в умовах високої конкуренції на ринку ресторанних послуг є важливим фактором розвитку ресторанного бізнесу.

Важливим відповідальним завданням для ресторанів є створення хорошого іміджу підприємства високої якості обслуговування. Висока якість обслуговування гостей забезпечується колективними зусиллями працівників усіх служб ресторану, постійним і ефективним контролем з боку адміністрації, проведенням роботи з удосконалення форм і методів обслуговування, вивчення та впровадження передового досвіду, нової техніки і технологій, розширення асортименту та вдосконалення якості послуг, що надаються.

Рівень обслуговування визначається:

- технічними факторами (час обслуговування і знання норм етикету);
- психологічними факторами (настрій клієнта, людські взаємини між клієнтом і обслуговуючим персоналом: прагнення зрозуміти, вміння вийти з конфліктної ситуації, знайти компроміс).

Сильна конкуренція змушує рестораторів шукати нові види і форми обслуговування. Досліджується і активно впроваджується на українському ринку зарубіжний досвід.

Основними завданнями організації обслуговування є:

- найбільш повне задоволення споживачів послугами громадського харчування за місцем роботи, навчання, проживання та відпочинку населення;
- використання найбільш економічних для підприємства і зручних для населення форм і методів обслуговування;
- підвищення якості приготування їжі, сервісу і культури обслуговування в пунктах харчування;
- суворе дотримання правил торгівлі;
- широке впровадження прогресивних форм і методів обслуговування населення.

Ефективність діяльності ресторану і його конкурентоспроможність залежить від умінь і професіоналізму вищого керівництва соціально впливати на працівників, так як від цього залежить ефективність взаємодії співробітників закладу і споживачів.

Система сервіс менеджменту допоможе рестораторам вибудувати бездоганну систему якості обслуговування допоможе. ця система включає в себе:

1. Стандартизацію роботи персоналу. Іншими словами, викладений в директивній формі детальний опис того, що, як і в будь яких ситуаціях повинен робити персонал ресторану.
2. Навчання кадрів. Персонал повинен знати продукцію ресторану та правила роботи з споживачами; тренінги і семінари такої спрямованості необхідно проводити систематично.
3. Контроль: як правило, постійна програма mystery shopping. Перевіряючий в ролі звичайного споживача відвідує ресторан і оцінює роботу співробітників, якість продукції і швидкість обслуговування.
4. Система мотивації. Повинна використовувати інструменти матеріальної і нематеріальної зацікавленості співробітників та пов'язувати ефективність їх роботи з винагородою.

5. Внутрішній PR якості виконання стандартів обслуговування.

Необхідно переконати співробітників, що якість обслуговування – це те, що дійсно потрібно ресторану і навіть країні, що це порядно – забезпечувати людям гідний сервіс.

Таким чином, нові впровадження в ресторанному бізнесі найчастіше вимагають додаткових фінансових вкладень. Саме їх найбільше бояться власники ресторанного бізнесу. Але орієнтація тільки на сьогоднішній стан справ і небажання вкладати кошти в інновації може привести ресторан до банкрутства і загрози закриття в майбутньому.

Сукупність усіх заходів приведе до зростання відвідування за рахунок підвищення задоволеності споживачів від обслуговування, а також за рахунок залучення приватних і корпоративних клієнтів.

Запропоновані заходи дозволять ресторану підвищити свою привабливість в очах потенційних та існуючих клієнтів, а також вирішити проблеми, пов'язані із заповнюваністю і якістю обслуговування.

## ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ СОРБЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ У ВИРОБНИЦТВІ ГОРІЛОК

В лікєро-горілчаному виробництві для отримання високоякісних горілок використовують адсорбційні методи очистки водно-спиртових розчинів. Для цього використовують адсорбційні матеріали з розвинутою поверхнею, в основному подрібнене чи порошокподібне активоване вугілля (АВ) різних марок.

Очистка водно-спиртового розчину активованим вугіллям є однією з основних технологічних операцій виробництва. Внаслідок адсорбційної здатності і каталітичних властивостей активованого вугілля понижується вміст органічних домішок у сортівці, в результаті, смак, запах горілки значно покращується. Домішки (азотисті речовини, сивушні масла і ін.), що знаходяться в водно-спиртових розчинах навіть в незначних концентраціях, через різкий запах і непрємний смак негативно впливають на якість горілок [1, 2].

Покращання дегустаційних якостей горілки пояснюється адсорбцією вугіллям домішок спирту, які надають горілці непрємний запах і смак, а також окислюючою дією вугілля на спирт і його домішок з утворенням органічних кислот з їх подальшою етерифікацією, в результаті якої утворюються складні ефіри, що надають горілці прємний аромат і смак. Отже, характерні для горілки аромату та смаку сортівка набуває після її обробки активованим вугіллям [2].

Проведені лабораторні дослідження, а також практика промислової експлуатації, показали, що для гарантованого виробництва якісної алкогольної продукції необхідно здійснювати дослідження зразків АВ.

Лікєро-горілчані виробництва України використовують переважно активоване вугілля марки БАУ-А.

Активоване вугілля є ефективним адсорбентом для очищення сортівки, але дорогим. Крім того, його виробництво в Україні не налагоджене. Цей факт сприяє пошуку нових, дешевих ефективних адсорбентів, які б технологічно і економічно задовольняли вимоги, що ставляться до адсорбентів лікєро-горілчаної галузі.

Для покращання органолептичних показників горілок окрім активованого вугілля можливе використання органічних сорбентів і, зокрема, модифікованого крохмалю, свіжого або сухого обезжиреного молока. Так, комбінована послідовність обробки сортівки сухим знежиреним молоком і активованим вугіллям знижує вміст летючих азотистих речовин на 60-70 %, що приводить до покращання органолептичних показників горілки за рахунок м'якого округленого характерного горілчаного смаку. Але вони не знайшли широкого застосування внаслідок ускладнення технологічного процесу і підвищення собівартості горілок.

Перспективним напрямом в лікєро-горілчаному виробництві є використанням природних дисперсних мінералів таких як, солоніт, бентоніт, гідролюд, палигорскіт. Всі мінерали видобуваються з українських родовищ.

На відміну від активованого вугілля основним постачальником яких є Росія на сьогоднішній день відкрито понад 100 родовищ глинистих мінералів різних генетичних типів сумарним запасом понад 112,1 млн. т. Це Горбське, Пижевське, Бережанське, Курцевське родовища. Черкаське родовище являється одним із найбільших не тільки на території України, але і в світі. Його унікальність обумовлена не тільки величезними запасами (18 млн. т.), але й зосередженням в одному місці чотирьох дисперсних мінералів, розміщених природою пошарово горизонтально або під невеликим нахилом.

Наприклад, шунгіт – єдина відома порода, яка містить фулерени. Хімічний склад шунгіту не постійний: в середньому містить 60-70 % вуглецю і 30-40 % золи.

Палигорськіт являє собою водневий алюмосилікат магнію. Після висушування за температури 110-120°C він має високу ефективну питому поверхню – 915 м<sup>2</sup>/г. Адсорбційні властивості палигорськіту підвищуються внаслідок звільнення каналів від зв'язаної води і збільшення ефективної поверхні. Найбільші поклади палигорськіту в Україні зосереджені в Черкаському родовищі. Завдяки свесрідності кристалічної будови, формам і розмірам кристалів палигорськіт виявився надзвичайно стійким до різноманітних агресивних середовищ, що робить його корисним для використання в лікєро-горілчаному виробництві [3].

Глибокі дослідження щодо використання палигорськіту та інших мінеральних адсорбентів для очищення від домішок спирту водно-спиртових розчинів проведені на кафедрі процесів і апаратів та технології консервування НУХТ Л.М. Мельник. При цьому досліджувалось застосування комбінованих сорбентів, що складаються із вуглецевих (активоване вугілля) та глинистих (палигорськіт) матеріалів, у співвідношеннях 0:100 (тільки активне вугілля), 10:90, 30:70, 50:50 і 100:0 (тільки палигорськіт). Найкращі результати були досягнуті при співвідношенні 50:50, коли досягалась адсорбція альдегідів до 30 %, вищих спиртів – до 50 %, естерів – до 10 %. Дегустаційна оцінка була вищою на 0,1 бала. Найкращою є фракція палигорськіту з розміром часток 2-3 мм.

Таким чином, застосування палигорськіту та інших глинистих матеріалів для обробки водно-спиртових розчинів поряд з активованим вугіллем обумовлено такими факторами: природне походження і наявність значних родовищ в Україні, доступність у добуванні та підготовці до використання, низька вартість, наявність сорбційних, іонообмінних та молекулярно-ситових властивостей, здатність до модифікації, регенерації та утилізації, забезпечення високої якості та екологічної безпеки обробленого продукту.

#### **Список використаних джерел**

1. Рябчиков Б. Е. *Современные методы подготовки воды для промышленного и бытового использования [Текст] / Б. Е. Рябчиков. – М. : ДеЛи принт, 2004. – 301 с.*
2. Олійник С. І. *Іноваційна технологія фільтрування води для виробництва лікєро-горілчаного продукції / С. І. Олійник, В. П. Ковальчук, Т. І. Опанасюк, О. М. Ловягін // Наукові праці ОНАХТ. – 2012. –Т. 2. – № 42. – С. 335-237.*
3. Бузаева М. В. *Очистка поверхностных вод с помощью природных сорбентов / М. В. Бузаева, В. Т. Письменко, Е. С. Климов // Естественные и технические науки. – 2010. – № 1. – С. 115-116.*

**Давидович О. Я.**

к.т.н., доцент,

**Палько Н. С.**

к.т.н., доцент,

**Турчиняк М. К.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **АНАЛІЗ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ**

Проблема забезпечення продовольчої безпеки країн світу стала дуже актуальною у зв'язку з постійним зростанням чисельності світового населення, несприятливою зміною клімату, що, у свою чергу, сприяло значному загостренню ситуації щодо сталого забезпечення населення харчовими продуктами. Задоволення потреб у харчових продуктах повинно здійснюватися стосовно кожної конкретної людини у місцях її проживання. Причому основний тягар у формуванні продовольчої безпеки покладатиметься саме на компетентні органи державного управління, які несуть безпосередню відповідальність перед населенням за його достатнє забезпечення високоякісними та безпечними харчовими продуктами.

Продовольча безпека країни за визначенням ФАО (Продовольча і сільськогосподарська організація ООН) – це система, що чітко функціонує для забезпечення

всіх прошарків населення харчовими продуктами відповідно до прийнятих фізіологічних норм за рахунок власного виробництва та необхідного імпорту тих продуктів харчування, для виробництва яких немає внутрішніх умов.

Важливим аспектом дослідження рівня продовольчої безпеки в країні є розробка систем показників, що дозволяють оцінити її стан. У сучасній літературі існує велика різноманітність показників, що запропоновані для цих цілей. ФАО оцінює рівень продовольчої безпеки за наступними індикаторами:

Індикатор 1. Добова енергетична цінність раціону людини. За даними статистики, у 2016 р. в середньому українці споживали 2742 ккал на добу, або на 57 ккал менше, ніж у 2015 р. При цьому енергетична цінність раціону все ще на 10% перевищує гранично допустимий рівень для цього індикатора – 2500 ккал.

Дані свідчать, що середньостатистичний українець тяжіє до вегетаріанства. Щоправда, у більшості випадків, це викликано не життєвими переконаннями, а фінансовими можливостями. Так, у 2016 р. лише 29 % середньодобового раціону забезпечувалося за рахунок споживання продукції тваринництва, що майже у 2 рази менше від необхідного для здорового харчування рівня (55 %).

Індикатор 2. Достатність споживання окремого харчового продукту. У 2016 р. споживання продуктів харчування погіршилося у 6 із 10 основних груп: молокопродукти, яйця, фрукти, цукор, олія, м'ясопродукти.

Тільки по трьох, найбільш економічно доступних групах харчових продуктів, споживання знаходилося на рівні (або перевищило) встановлені раціональні норми: хліб та хлібопродукти; овочі та баштанні; картопля.

За іншими групами коефіцієнт достатності споживання був меншим одиниці. Особливо суттєво нижчим від норми є споживання населенням України продукції тваринного походження та фруктів. Зокрема, рекомендований рівень по м'ясних продуктах забезпечено на 64 %, молочних продуктах та плодах – на 55 %, рибних продуктах – на 48 %.

Індикатор 3. Щільність шляхів сполучення. Використовується ФАО для оцінки фізичної доступності харчових продуктів для населення. Чим вища концентрація доріг на одиницю площі, тим легше забезпечити доставку харчових продуктів у будь-який куточок країни.

В Україні на 100 км<sup>2</sup> площі припадає 28 км автодоріг з твердим покриттям та 3,6 км залізничних колій. За останніми опублікованими ФАО даними, для розвинених країн на 100 км<sup>2</sup> площі припадає 32,7 км доріг з твердим покриттям та 1,3 км залізничних колій.

Індикатор 4. Економічна доступність продуктів харчування. У 2016 р. середньомісячні загальні сукупні витрати одного домогосподарства склали 5720,37 грн. на місяць, а сукупні споживчі витрати – 5331,53 грн. на місяць. При цьому щомісяця домогосподарством на харчування спрямовувалося в середньому 2944,32 грн.

Тобто, індикатор економічної доступності становив 51,5 % при його 60 % граничному критерії. Порівняно з 2015 р. даний показник зменшився на 1,7 %.

Що стосується структури споживчих витрат на продукти харчування, то порівняно з 2015 р. значних змін не спостерігалось. Перше місце посідають витрати на: м'ясо і м'ясопродукти – 22 % (657 грн. на домогосподарство на місяць), хліб і хлібопродукти – 15 % (439 грн.), молоко і молочні продукти – 13 % (386 грн.).

У регіональному розрізі найменша частка на продукти харчування від сукупних споживчих витрат – 48,1% зафіксована у домогосподарствах Луганської області, підконтрольної Україні. Натомість домогосподарства Рівненської області на продукти харчування витрачали 63,2 % від своїх споживчих сукупних витрат, що на 3,2 % перевищує встановлений граничний критерій для цього індикатора.

Порівняння структури споживчих витрат на продукти харчування в Україні з окремими країнами ЄС, пост-радянського простору та США виглядає не на користь нашої держави. Частка витрат на харчування в Україні подекуди в 4-5 разів вище, ніж у країнах

Євросоюзу. Навіть порівняно з країнами колишнього СРСР, найвища частка витрат на харчові продукти в українців.

Індикатор 5. Диференціація вартості харчування за соціальними групами. У 2016 р. 20 % домогосподарств з найбільшими доходами в середньому витрачали на харчування 3650,14 грн. на місяць, а 20 % домогосподарств з найменшими доходами – 2289,53 грн.

Виходячи з цього, коефіцієнт диференціації вартості харчування за соціальними групами становив 1,59 проти 1,48 у 2015 р. Найбільша диференціація у споживанні не один рік поспіль спостерігається за продукцією тваринного походження (м'ясних, рибних, молочних продуктах), а також фруктово-ягідної групи (у 1,7-2,1 раза).

Необхідно звернути увагу на те, що українці, які за рівнем доходів належать до домогосподарств з найменшими доходами (доходи не перевищують 1680 грн.), практично перебувають на межі продовольчої небезпеки, оскільки частка їх споживчих витрат на продукти харчування перевищує встановлений граничний критерій та становить 60,4 %.

Індикатор 6. Продовольча незалежність за окремим продуктом харчування. Задоволення потреб населення у продуктах харчування, у межах його купівельної спроможності, у 2016 р., як фактично у всі роки незалежності України, забезпечувалося, переважно, за рахунок продукції вітчизняного виробництва.

Водночас по трьох групах харчових продуктів частка імпорту традиційно перевищує встановлений 30 % граничний критерій для цього індикатора. Найвищий рівень імпортозалежності – майже 75 % спостерігався у групі “риба і рибопродукти”, оскільки 90 % імпортних поставок припадає на види риб, які виловлюються виключно у водах морських економічних зон інших держав, що пов'язано з особливостями їх біологічного циклу.

Перевищення граничного критерію у групі “олії рослинні”, обумовлено імпортом тропічних олій (пальмова та кокосова олії займають понад 90 % імпорту), які користуються активним попитом у вітчизняних виробників харчової промисловості.

Імпортозалежність у групі “плоди та ягоди” пов'язана із везенням значних обсягів екзотичних плодів, культивування яких не властиве для України (банани, цитрусові, ківі тощо).

Таким чином, проаналізувавши рівень продовольчої безпеки України за шістьма індикаторами встановлено, що у 2016 р. порівняно з 2015 р. відбулося погіршення значень 1, 2 та 5 індикаторів, значення інших – були без змін. Світовий досвід показує, що виважена комплексна державна політика в продовольчій безпеці, створення умов для забезпечення населення повноцінним, раціональним харчуванням дають позитивні результати у зниженні захворюваності та поліпшенні здоров'я, збільшенні тривалості життя людини.

**Донцова І. В.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КВІТНИКАРСТВА В УКРАЇНІ**

В Україні квітникарство як галузь має великий потенціал та перспективи. Під впливом багатьох негативних факторів вона занепала, але згодом почала відроджуватися і трансформуватися. В основному, її розвивають приватні підприємці та поодинокі компанії, які вирощують продукцію високої якості для вітчизняного ринку. Проте конкуренції серед виробників квітів поки не спостерігається. Але головна проблема у тому, що ця галузь розвивається сама по собі, дії учасників ринку не координуються і не узгоджуються, а продукція не завжди відповідає європейським стандартам. На сьогодні, у квітникарському виробництві відсутні кваліфіковані фахівці з великим досвідом роботи. На відміну, від Нідерландів, визаного світового лідера в квітковому бізнесі, де воно, як правило, сімейне і розвивається понад вже 150 років. Традиції ведення квітникарства передаються із покоління

в покоління, технологія удосконалюється з врахуванням сучасних вимог і є достатня кількість професіоналів з вирощування, маркетингу квіткового ринку, багато продавців та аматорів.

Учасників квітникарської галузі можна розділити на дві категорії - виробники та реалізатори продукції. Рентабельність торгівлі квітами складає понад 100 %, значно менший цей показник для їх вирощування - 30-50 %. Квітковий бізнес є досить ризиковий - потребує великих вкладень для закупівлі посадкового матеріалу, добрив, оплати енергоносіїв, лабораторної бази, до втрат продукції можуть призвести хвороби та неправильний догляд, велика ймовірність невчасної реалізації такого швидкозсувного товару [1].

На сьогодні, вітчизняні виробники не можуть забезпечити потреби споживачів і тому основна маса квітникарів переорієнтувалася на торгівлю імпортною сировиною і товаром (живі квіти, горщиківі рослини і супутні товари), частка яких залишається високою і коливається в межах 70-80%. При такій ситуації споживач не помічає дефіциту квітів, особливо, при сучасному розвитку економіки, коли вони не є предметом першої необхідності. Але згідно даних “Спільки українських квіткарів”, на одного українця на рік, в середньому, припадає 4-5 троянд.

У 2017 році в Україну було імпортовано зрізаних квітів майже на суму 178 млн грн. або майже 7 млн. дол. США, що в натуральному вимірі становить біля 92,2 млн. шт. квіток і на 25% перевищує показник 2016 року. Середня ціна за кілограм квітів протягом року становила 2 дол. США. За січень 2018 року Україна імпортувала квітів на 529 тис. дол. США.

В структурі імпорту домінували троянди (36 %), хризантеми (33 %) і гвоздики (29%), також в асортимент входили тюльпани, лілії, орхідеї та інші менш традиційні квіти.

Нідерланди є найбільшим імпортером квітів в Україну. У 2017 році звідти завезли квітів на суму 93 млн грн. В цій країні функціонує найбільший в світі квітковий аукціон “Flora Holland”, який зосереджує в собі 60 % світового ринку квітів, де можна купити квіти не тільки з Голландії, але і з інших країн Європи, Африки та Південної Америки.

Троянди з Екватору займають другу позицію в імпорті квітів, в обсязі 40 млн. грн. Україна отримує багато квітів (в тому числі гвоздики) також і з Туреччини – на 16,4 млн грн та з Колумбії – на 11 млн грн.

Ринку квітів притаманні сезонні коливання – у лютому імпорт досягає піку, завдяки підвищеному попиту на День Святого Валентина (14 лютого) та Міжнародний жіночий день - 8 березня. Так, у лютому 2017 року, було імпортовано 952 тони квіткової продукції. У червні попит починає падати – імпортовано лише 422 тони, оскільки на ринку з'являється багато квітів, вирощених в Україні. В кінці зазначеного року він знову зріс до 687 тонн у зв'язку великою кількістю новорічних корпоративів.

Десять найбільших компаній-імпортерів України у 2017 році завезли живих зрізаних квітів на суму 153,4 млн грн. Серед них – “Ладовиф-16” (44 млн. грн.), “Дантарбуд-ДТБ” (19,2 млн. грн.), “Рікон +” (18,3 млн. грн.), “Видубичі” (15,2 млн. грн.), ТОВ СП “Украфлора” (14 млн. грн.), “Файн інвест ЮА” (11,4 млн. грн.), “Турфлора” (8,5 млн. грн.), “Амарилліс” (8,5 млн. грн.), “Лексінг трейд” (7,9 млн. грн.), “Все цвета цветов” (6,4 млн. грн.). Відмітимо, що українсько-польське спільне підприємство “Украфлора”, яке постачає квіти з більш ніж 20 країн світу, одних лише троянд пропонує більше 80 сортів. Польські підприємства швидко переймають всі нові смаки і тенденції в квітковому бізнесі, а витрати на виробництво у них нижчі, тому що дешевша робоча сила ніж в країнах Західної Європи.

Решту квітів в Україну постачають середні та дрібні оптово-роздрібні фірми, а значна кількість квітів потрапляє на ринок нелегальним шляхом - їх завозять дрібні підприємці.

Щодо експорту квітів, наприклад, троянд, то цей показник у 2016 році збільшився втричі і сягнув 2,89 млн. шт., у 2015 році - 0,96 млн. шт., у 2014 році – 0,1 млн. шт. в рік. Основними покупцями українських троянд були Польща – 50 % від загального обсягу, Білорусь – 29 %, Нідерланди – 20 %. Ціна такої продукції - в середньому 0,4 дол. США [2].

Сьогодні деякі підприємства спеціалізуються на вирощуванні розсади однорічних рослин та квітів на зріз. У 2016 році виростили незвичайну для України квітку – еулстоми. Вона дуже схожа на троянду – від забарвлення до розміщення пелюсток і вперше вирощена на значних площах на професійному рівні. Можна говорити про символічне народження еулстоми в Україні, і вона вже з'явилася на ринках та в квіткових салонах [3].

У перспективі українські квіткарі ставлять за мету широко застосовувати можливості модернізації систем опалення, запровадження комп'ютерних технологій управління процесом вирощування, використання систем клімат-контролю, застосування крапельного зрошування, що виведе українське квіткарство на сучасний рівень.

Квіткова продукція на вітчизняному ринку реалізується у невеликих торговельних павільйонах в місцях масового скупчення людей, магазинах середньої цінової категорії, бутиках, а також Інтернет-магазинах. Завдяки широкому асортименту і гнучкими цінами найбільші обсяги реалізації фіксуються на ринках. У супермаркетах зазвичай реалізують не свіжі квіти, а рослини в горщиках (орхідеї, троянди, бегонії, фікусії). В свою чергу, спеціалізовані квіткові магазини, пропонують покупцям широкий асортимент продукції, але за досить високою ціною, що обумовлено використанням обладнаних торговельних стелажів, а також техніки, необхідної для роботи флориста.

Отже, враховуючи вищенаведені аргументи, можна прогнозувати стрімкий розвиток квіткарства як прибуткової галузі в Україні, з можливістю виведення вітчизняної конкурентоздатної продукції на міжнародні ринки.

#### *Список використаних джерел*

1. *Як квіти потрапляють в Україну* – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://biz.censor.net.ua/r3054437>.
2. *Українські троянди виходять на зовнішні ринки* – Електронний ресурс. – Режим доступу : [http://ucab.ua/ua/pres\\_sluzhba/novosti/ukrainski\\_troyandi\\_vikhodyat\\_na\\_zovnishni\\_rinki?category=29779](http://ucab.ua/ua/pres_sluzhba/novosti/ukrainski_troyandi_vikhodyat_na_zovnishni_rinki?category=29779).
3. *Вирощування – бізнес затратний* – Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.fantazia.te.ua/?menu=info&id=14>.

**Лебединець В. Т.**

к.т.н., доцент

**Ярошик У. І.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **РОСЛИННА СИРОВИНА – ПЕРСПЕКТИВНЕ ДЖЕРЕЛО БІОАНТИОКСИДАНТІВ**

Антиоксиданти – це речовини, які сповільняють або запобігають вільнорадикальній окислювальній процесі. У відповідності до найпростішої класифікації, антиоксиданти поділяють на природні та синтетичні. Нас цікавлять передусім природні антиоксиданти – біоантиоксиданти. Важливим є той факт, що антиоксидантна система захисту людини практично ідентична антиоксидантній системі рослин, за винятком глутатіонпероксидази. Доведено, що зниження антиоксидантного статусу людини (зниження рівня антиоксидантів в організмі людини) і розвиток вільно-радикальних процесів сприяє виникненню таких серйозних захворювань як атеросклероз, ішемічна хвороба серця, виразка шлунку і дванадцятипалої кишки, цукровий діабет, астма, злоякісні новоутворення та інші. Антиоксиданти захищають організм від впливу на нього іонізуючих випромінювань, канцерогенів, а також у стресових ситуаціях та при втомі.

Основну масу антиоксидантів складають речовини, що містять рухомий атом водню з послабленим зв'язком з атомом вуглецю, які вступають у реакції з вільними радикалами і тим самим зменшують їх концентрацію у реакційному середовищі.

Одним із найважливіших класів антиоксидантів харчових продуктів є фенольні сполуки. Це найбільша група рослинних органічних сполук, кількість відомих перевищує 20

тисяч. Однією із важливих функцій фенольних сполук – участь в окисно-відновних процесах у якості ефективних антиоксидантів.

Набір антиоксидантів у рослинах набагато більший, ніж у тканинах тварин і людини. Це пояснюється тим, що рослини практично не мають ніяких інших засобів захисту від агресивного впливу навколишнього середовища. На сьогоднішній день відомо близько 6000 антиоксидантів рослинного походження, що об'єднані під загальним терміном – флавоноїди.

Всі біофлавоноїди в своїй основі мають загальну структуру  $C_6-C_3-C_6$ , і завдяки наявності гідроксильних груп вони є пасткою для вільних радикалів. Причому антиоксидантні властивості біофлавоноїдів залежать від кількості гідроксильних груп. Антиоксидантний склад кожної конкретної рослини неповторний як в якісному, так і кількісному співвідношенні.

У залежності від структури ядра флавоноїдів виділяють катехіни, лейкоантоціани, антоціани, флавонони, флаволи, флавоноли, халкони. Флавоноїди широко представлені в овочах, фруктах, квітах, насінні рослин, горіхах, корі дерев, і тому є важливою складовою частиною харчування тварин та людини.

Катехіни містяться в багатьох фруктах (яблуках, груші, айві, вишні, сливі, абрикосах, суниці, ожині, смородині, брусниці, винограді), у бобах какао, зернах кави, у корі і деревині багатьох дерев (верби, дуба, сосни, ялиці, кедру, кипарису, акації, евкаліпту тощо). Особливо багато катехинів у молодих пагонах і листі чаю. Катехіни мають високу Р-вітамінну активність, зміцнюють капіляри та нормалізують проникність стінок судин [1].

Антоціани являють собою групу водорозчинних пігментів, які входять у склад більшості видів рослин. Вони надають рожевого, пурпурного, червоного, фіолетового забарвлення квітам і плодам рослин. Антоціани характеризуються вираженими антиоксидантними, капілярозміцнюючими і бактерицидними властивостями.

Флавоноїди широко розповсюджені в природі. Особливо цінні флавоноїдами рослини, які відносяться до родин розових, бобових, гречаних, губоцвітних, жовтецевих, зонтичних, айстрових, верескових, букових та ін.

Відомо, що рослинні олії окислюються за радикальним механізмом, що призводить до окислювального псування олій. І якщо в організмі перекисне окислення ліпідів відіграє важливу роль для метаболізму, то споживання олій, у якій нагромаджені токсичні продукти окислення – кислоти, кетони, вкрай небажане. Природа передбачливо доповнила ненасичені жирні кислоти рослинних олій речовинами, які виконують роль біоантиоксидантів: токоферолі, каротиноїди, фосфоліпіди. Вміст токоферолів в рослинних оліях коливається у межах від 3-7 мг % (оливкова, кокосова олія) до 100-170 мг % (бавовняна, соєва).

Із семи природних сполук, що об'єднуються у групу вітаміну Е, особливо активним як антиоксидант є  $\alpha$ -токоферол.

До природних антиоксидантів також відносять вітамін С, сечова кислота і її солі урати, вітамін Е і  $\beta$ -каротин. За механізмом дії розрізняють превентивні антиоксиданти, що знижують швидкість ініціації ланцюгової реакції і антиоксиданти, що гасять (переривають ланцюг).

Аскорбінова кислота – основний водорозчинний антиоксидант, що захищає м'язову тканину, мозок і нервову систему від вільних радикалів та відновлений і окислений вітамін Е в його антиоксидантну форму. Вітамін С приймає участь у транспортуванні електронів в окисно-відновних процесах, є відновником і легко переходить в дегідроаскорбінову форму.

Вітамін С являється найбільш важливим антиоксидантом плазми крові людини, його вміст у плазмі в нормі складає 20-60 мкмоль.

Аскорбінова кислота – один із основних біохімічних показників, що мають високу антиоксидантну активність речовин, які визначають цінність різних видів плодів. Найбільш цінними на аскорбінову кислоту є свіжі рослини, фрукти і ягоди: лимони, мандарини, апельсини, яблука, шипшина, чорна смородина, барбарис, актинідія, обліпіха, свіжі овочі – салат, капуста, буряк. Досить багато її у бруньках сосни, в листках кропиви і примули весняної.

Слід зазначити, що смородина чорна значно перевищує більшість культур за вмістом аскорбінової кислоти і фенольних (Р-активних) речовин у порівнянні з іншими ягодами.

До числа найбільш вивчених антиоксидантів відносяться фенольні флавоноїди, лікопен, каротиноїди, вітаміни, інгібітори протеаз та інші. Всі ці сполуки містяться у таких ягодах як ожина, малина, солодка вишня, чорниця, суниця, аронія чорноплідна, червона смородина, агрус, кизил тощо. Тому ягоди мають широкі перспективи при використанні їх в якості антиоксидантів у харчових продуктах [2].

Каротин являє собою провітамін А, який в організмі під дією ферментів перетворюється у вітамін А. Відомо дев'ять провітамінів А, що називаються каротиноїдами. У листках і плодах рослин каротин локалізується у хлоропластах разом з ксантофілом. Найчастіше він зустрічається в плодах, які забарвлені в оранжевий або червоний колір. Із лікарських рослин каротин міститься в плодах обліпихи, горобини, шипшини, у квітах календули, литках грецького горіха, череді трьохроздільній тощо.

Вченими встановлено, що із дослідних екстрактів рослин найбільша кількість антиоксидантів міститься в плодах жостери і в траві фенхеля кінського, а за антиоксидантною активністю виділяється екстракт з квітів і коріння шафрану [3].

Таким чином, рослинна сировина є перспективним джерелом біоантиоксидантів, яку рекомендують використовувати у виробництві жировмісних харчових продуктів.

#### Список використаних джерел

1. Красільникова Л. О. *Бохімія рослин* / Л. О. Красільникова, О. О. Авксентьева, В. В. Жмурко. – Х. : Колорит, 2017. – 191 с.
2. Макарова Н. В. *Антиокислительное действие ягод* / Н. В. Макарова, А. В. Зюзина, Ю. И. Мирошкина // *Известия вузов. Пищевая технология*. – 2010. – № 2-3. – С. 10-12.
3. Варданян Р. Л. *Изучение антиоксидантных свойств лекарственных растений Горисского региона Армении* / Р. Л. Варданян, Л. Р. Варданян, Л. В. Атабекян, Т. С. Григорян // *Химия растительного сырья*. – 2013. – № 1. – С. 151-156.

**Петришин Н. З.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### КРЕМ-СУФЛЕ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Виробництво продуктів з вмістом функціональних інгредієнтів – це одна із концепцій здорового харчування. Десертні страви, оздоблюючи напівфабрикати, якими є крем-суфле, мають низьку харчову цінність внаслідок невеликого вмісту вітамінів, макро- та мікроелементів. Підвищення харчової цінності крем-суфле може бути досягнуто введенням продуктів рослинного походження – інжирної пасти отриманої з цілих плодів, шляхом механічного подрібнення. Завдяки високому вітамінному і мінеральному складу страви і кондитерські вироби з інжирною пастою можна використовувати для профілактики захворювань нервової і серцево-судинної системи, анемії, при захворюванні шлунково-кишкового тракту, для зниження холестерину і цукру в крові [1].

Метою наукових досліджень є розробка крем-суфле з використанням інжирної пасти.

Інжирна паста – харчовий продукт, отриманий із плодів в'яленого інжиру, шляхом розпарювання на пару та подрібнення. За вмістом білка, харчових волокон, ненасичених жирних кислот, вітамінного і мінерального складу інжирна паста на багато перевищує цукор. Тому її доцільно використовувати як натуральний цукрозамінник у виробництві десертних страв, а саме крем-суфле.

Інжирна паста збагачує хімічний склад біологічно-активними речовинами: вітамінами (А, Е, РР, групи В), мінеральними (Са, К, Mg, Р, Fe), харчовими волокнами, органічними кислотами. За вмістом К інжирна паста уступає лише горіхам, а Fe у неї більше, ніж у яблуках.

Під час дослідження були встановлені практичні аспекти технології десертів з додаванням інжирної пасти та поставлені наступні завдання:

– встановити оптимальне дозування інжирної пасти у рецептуру крем-суфле, як оздоблюючого напівфабриката для тортів, тістечок і десертної страви;

– оцінити органолептичні показники та структурно-механічні характеристики;

– розрахувати харчову та енергетичну цінність розробленої рецептури крем-суфле.

Оптимальна кількість інжирної пасти з розрахунку заміни цукру на 50 %, 75 % і 100 %. Із урахуванням органолептичних показників встановлено, що при додаванні інжирної пасти до крем-суфле показники покращились, а саме: смак крему став менш солодким з присмаком інжиру, відчувається невелика кількість насіння з інжиру, яке присмодно хрустить, запах приємний з ароматом інжиру, колір золотисто-коричневий, консистенція пластична і м'якої структури. На основі отриманих даних про хімічний склад та органолептичні показники було обрано контроль крем-суфле (К) і зразок крем-суфле з інжирною пастою з найкращими результатами (Дослід).

Було визначено, на скільки змінилася органолептична оцінка, показники хімічного складу та комплексний показник якості у контрольного та дослідного зразка (табл. 1) [2].

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика хімічного складу крем-суфле і крем-суфле з інжирною пастою, 100 г**

Показники	Контроль	Дослід	Різниця, %
Білки, г	9,0	10,06	10,5
Жири, г	9,0	8,95	-0,6
Вуглеводи, г в т. ч.:	26,4	20,84	30,9
- моно-дисахариди, г	12,5	22,5	46,6
- харчові волокна, г	0	5,9	100,0
Мінеральні речовини, мг:			
Са (кальцій)	56,6	74,7	132,0
Mg (магній)	53,5	62,6	117,0
К (калій)	140,09	243,7	158,0
Fe (залізо)	2,9	3,6	19,4
Вітаміни, мг:			
A, мкг	0	6,5	100,0
E, мг	0	0,25	100,0
P (ніацін), мг	0	0,4	100,0
B <sub>2</sub> (рибофлавін), мг	0,42	0,48	12,5

Аналіз даних науково-технічної інформації та проведений комплекс експериментальних досліджень дозволили обґрунтувати та підтвердити позитивний вплив інжирної пасти на формування якості і харчової цінності десертів і крем-суфле [3].

Внесення інжирної пасти в десертні страви і крем-суфле надає їм статус “функціонального харчового продукту”, оскільки споживання 100 г крем-суфле з інжирною пастою забезпечує організм людини на 39 % від добової потреби у харчових волокнах, на 40 % в моно-дисахаридах, на 52 % – у магнію, на 75 % – у калії.

**Список використаних джерел**

1. Харчування людини і сучасне довкілля: теорія і практика: монографія / М. І. Пересічного, М. Ф. Кравченко, О. М. Григоренко. – К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2003. – 526 с.
2. Скуріхін І. М. Хімічний склад харчових продуктів / І. М. Скуріхін, В. А. Тутел'ян. – М. : ДеЛі принт, 2002.
3. Технологія продуктів харчування функціонального призначення : монографія. [За редакцією М. І. Пересічного] – К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 718 с.

## ВИКОРИСТАННЯ ПОЛІКОМПОНЕНТНИХ СУМІШЕЙ У ПРИГОТУВАННІ КИСЕЛІВ, МУСІВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Нераціональне співвідношення повноцінних макро- і мікроелементів, вітамінів, поліненасичених жирних кислот в продуктах харчування призводить до погіршення здоров'я населення. За цих умов інновації в рестораних технологіях направлені на розширення асортименту продукції з поліпшеною харчовою цінністю та певними фізіологічними властивостями, введенням до їх складу необхідних есенціальних речовин.

Десерти та солодкі страви користуються великим попитом, але основний недолік цих виробів – вони є джерелом вуглеводів, високої енергетичної цінності при невисокій фізіологічній цінності. Підвищення харчової цінності десертів та солодких страв може бути досягнуто введенням полікомпонентних сумішей рослинних екстрактів імбиру, шипшини, чорної горобини, журавлини, які є найбільш доступним джерелом біологічно активних речовин, які здатні чинити захисні та оздоровчі дії на організм людини.

Слід зазначити, що використання рослинних екстрактів дозволяє знизити і навіть повністю уникнути застосування синтетичних харчових добавок, які застосовуються при приготуванні десертів та солодких страв – барвників, ароматизаторів, консервантів – за рахунок натуральних речовин, які входять до складу полікомпонентних рослинних сумішей [1].

На сьогоднішній день є багато праць науковців, що займаються проблемами технології харчування, зокрема застосування рослинних екстрактів з метою підвищення біологічної цінності. До них належать М. В. Артамонова, Н. В. Попова, В. Г. Терзієва, М. А. Гнатенко, С. О. Боровко, В. А. Терлецька. У роботах цих авторів встановлені базові теоретичні положення пов'язані із проблематикою екстрагування рослинної сировини [2].

Метою наукових досліджень є встановлення теоретичних та практичних аспектів технології десертів з додаванням полікомпонентних рослинних сумішей і забезпеченням їх структурно-механічних та органолептичних показників якості. Доцільним є створення суміші полікомпонентних екстрактів з рослинних керуючись їх доступністю, розповсюдженням, хімічним складом та їх органолептичними властивостями. Тому мета даної роботи – розроблення полікомпонентного рослинного екстракту до складу якого входять імбир, шипшина, чорна горобина та журавлина, що збільшують вміст вітамінів та мінеральних речовин з високою біологічною цінністю як натуральної добавки до десертів та солодких страв.

Для досягнення заданої мети були поставлені наступні завдання:

- встановити оптимальне дозування полікомпонентного рослинного екстракту у рецептурі киселів та мусів;
  - визначити початкову та кінцеву в'язкість і текучість киселів виготовлених з додаванням рослинного екстракту;
  - визначити вплив дозування полікомпонентної суміші на піноутворювальну здатність мусів;
  - оцінити органолептичні показники та структурно-механічні характеристики;
  - розрахувати харчову та енергетичну цінність розроблених рецептур киселів та мусів.
- Розроблена суміш повинна забезпечувати максимальну кількість вітамінів і мінеральних речовин. Співвідношення інгредієнтів становить: шипшина: чорна горобина: журавлина: імбир 30:20:30:20.

Результати розрахунків вмісту вітамінів, мінеральних речовин в розроблених сумішах свідчать про високу кількість у їх складі вітамінів P, B<sub>2</sub>, та мікро- і мікроелементів Ca, Mg, Mn, Fe, Cu та Zn.

Результати досліджень встановили зниження показників в'язкості і текучості киселів при збільшенні кількості рослинного екстракту, що відбувається при наявності органічних кислот, які гальмують процес желювання.

Враховуючи органолептичні показники і розрахунки харчової цінності розроблених солодких страв, встановлено найбільш оптимальна кількість полікомпонентного рослинного екстракту для киселів та мусів 5-6 %.

#### **Список використаних джерел**

1. Шигина Е. В. Новий підхід к решению проблеми получения функциональных напитков антиоксидантного действия / Е. В. Шигина, Л. А. Маурникова, Г. А. Гореликова, А. В. Пермякова // Пиво и напитки. – 2007. – № 4. – С. 17-19.
2. Рубанка К. В. Полікомпонентна суміш на основі чаю як добавка до харчових продуктів / К. В. Рубанка, В. А. Терлецька, І. М. Зиченко // Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій. – 2014. – Вип. 46. – Т. 2. – С. 69-72.
3. Технологія продуктів харчування функціонального призначення : монографія // [За редакцією М. І. Пересічного]. – К : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 718 с.

**Решетило Л. І.**

к.т.н., доцент,

**Лєра В. В.**

магістр

Львівський торговельно-економічний університет

### **СУЧАСНІ НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ ГРИБІВ**

Гриби свіжі є швидкопсувними продуктами і для більш тривалого використання їх сушать, засолюють, заморожують, консервують. Сьогодні продукти переробки свіжих грибів користуються досить широким попитом як в Україні, так і в інших країнах світу і спеціалісти в цій галузі постійно працюють над поліпшенням їх асортименту та якості. За останніми даними в Україні кількість імпортованих продуктів переробки свіжих грибів збільшилася майже у три рази.

Одним із найбільш розповсюджених способів переробки грибів є сушіння, яке проводять у сушарках різних типів, на повітрі і у печах. При сушінні перегрітою парою атмосферного тиску залежно від температури гриби дають суттєву усадку. Для отримання високоякісної продукції зусилля вчених направлені на підбір раціональних температурних режимів і способів сушіння. Перед сушінням гриби не слід мити, так як від цього вони втрачають товарний вигляд, а білі гриби темніють. Сушені білі гриби сортують за якістю: на I, II, III сорти. Білі різані і чорні гриби на товарні сорти не поділяють. Доведено, що сенсорні характеристики (зовнішній вигляд, пружність, смак, запах, гіркота) сухих грибів та їх хімічний склад залежать від субстрату на якому вони виростили. Для збереження сухих грибів протягом декількох років рекомендують посипати їх декілька раз у рік меленим перцем.

Грибні порошки, таблетки, локшину, крупку виготовляють переважно з некондиційних і низькосортних сушених грибів на обладнанні для подрібнення прянощів, харчових концентратів. В Японії, Німеччині, США, Великобританії розроблені технології виготовлення порошку у вакуумі, що сприяє збереженню смаку і аромату грибів, а також із замороженої сировини; з тонкоподрібнених грибів змішаних з крохмалем; з попередньо підготовленої пульпи або поре, які краще поновлюються при додаванні води. Встановлено, що грибний порошок з гливи звичайної має сорбційні та антацидні властивості, що дає можливість використовувати його для виробництва лікувально-профілактичних продуктів харчування і лікарських засобів.

Таблетки виготовляють з порошку пресуванням.

Сольові всі види пластинчастих грибів і деколи білі, підосичники, підберезники

холодним або гарячим способами. У процесі соління гриби ферментують, внаслідок чого накопичується молочна кислота. Солені гриби готові для використання в їжу: рижики після 10, грузді – 35, вовнянки – 40, інші гриби – після 50 днів. З метою поліпшення харчової цінності і збереженості солених грибів необхідно скорочувати тривалість замочування, оскільки внаслідок значних втрат ними розчинних вуглеводів, утруднюється процес молочнокислого бродіння, що призводить до зменшення кислотності готового продукту і зниження його стійкості до зберігання. Бланшування грибної сировини перед засолюванням сприяє поліпшенню органолептичних властивостей готового продукту, не дивлячись на втрати цінних екстрактивних речовин. Після теплої обробки у грибах знижується у два рази вміст маніту, цукрів, амінного азоту, мінеральних речовин. Гриби холодного засолу характеризуються досить високою активністю окислювально-відновлювальних ферментів у порівнянні з грибами гарячого засолу. Цим пояснюється більш інтенсивний розхід вуглеводів при бродінні, а також зміна кольору при зберіганні та при фасуванні. Солоні рижики і грузді поділяють на 1-й і 2-й сорти. Масова частка солі в солоних грибах – 5,5-6,5 %, кислотність – 0,3-0,5 %, кількість розсолу – не більше 18 %.

Маринують переважно гриби білі, підосичники, підберезники, маслоки, лисички, опеньки, моховики. Їх сортують за розмірами, мнють, вимочують в холодній воді, відварюють, відкидають на сита, охолоджують холодною водою, закидають у котли, заливають розчином солі і варять. У кінці варіння додають спеції і оцтову кислоту або оцет і переливають у бочки. Солоно-відварні гриби готують, як мариновані, тільки без додавання оцтової кислоти.

Гриби мариновані і відварні в бочках використовують як готовий продукт і як напівфабрикат для консервних заводів, на яких з них виготовляють грибні консерви. Гриби мариновані і відварні білі поділяють на 1-й і 2-й сорти. Масова частка солі у маринованих грибах – 3,0-4,5, у відварних – 7-8% кислотність у маринованих грибах – 0,6-0,9, масова частка маринаду – 18 %.

Заморожують всі види грибів переважно при температурі 18°C. Кращу продукцію отримують з міцних, щільних свіжих білих грибів, підосиновичів, підберезників, опеньків, лисичок, шампінйонів. Крім свіжих, заморожують також гриби смажені і тушковані. Новинками в асортименті є заморожені “Опеньки”, “Картопля з грибами” (білі гриби, картопля, морква), які виробляють під торговою маркою “Снежана”. Ці продукти екологічно чисті, не містять ГМО, барвників, підсилювачів смаку, багаті вітамінами, білками.

В асортименті грибних консервів: гриби мариновані, гриби солоні, гриби натуральні, гриби у власному соку, грибне пюре і пасти, грибний сік і грибні напої. Гриби мариновані виготовляють із свіжих грибів або напівфабрикатів. Гриби фасують у скляні або металеві банки, заливають 4 %-м розчином солі чи маринадною заливкою, закупорюють і стерилізують. Мариновані білі гриби поділяють на 1-й і 2-й сорти, інші гриби на сорти не поділяють. Масова частка кухонної солі в маринованих грибах – 2,0-2,5 %, кислотність – 0,6-0,9%, маринаду – не більше 25 %.

Консерви гриби солені виготовляють з напівфабрикату гриби солоні. Їх фасують у банки, заливають розсолем, закупорюють і стерилізують. Консерви гриби натуральні виготовляють з грибів білих, підосичників, підберезників, маслоків, лисичок, опеньок, рижиків. Їх очищають, бланшують у підсоленій воді, укладають в банки, заливають 2%-м розчином солі, закупорюють і стерилізують. Гриби натуральні білі поділяють на вищий і 1-й сорти, з інших грибів на сорти не поділяють.

Консерви гриби у власному соку при виробництві бланшують у власному соку інших грибів, фасують у банки, герметизують і стерилізують. Грибний сік віджимають з відварних грибів при температурі 115 °С.

Новими розробками в асортименті грибних консервів є “Грибна приправа глива”, “Гриби глива по-домашньому”, “Супи і бульйони грибні”.

Запатентовано способи виробництва нових консервів “Суп зі шпинатом і грибами” та “Суп зі шпинатом і грибами спеціального призначення”, у складі яких вміст грибів складає

193,28-201,68 і 96,64-100,84 масових часток до виходу 1000 кг. Запропоновано консерви закусочні “Баклажани смажені з грибами у соусі бешамель” з масовою часткою жиру 2,5-6,6 %, солі 1,5-2,0 %, “Салат з морської капусти з грибами і мідіями”, який сприяє виведенню з організму радіонуклідів, токсичних речовин, знижує рівень холестерину, ризик розвитку атеросклерозу та інших серцево-судинних захворювань, поліпшує роботу шлунково-кишкового тракту, укріплює імунітет. Мариновані опеньки і мідії, які входять у склад салату збагачують смак і збільшують енергетичну цінність продукту (142 ккал).

Львівським торговельно-економічним університетом розроблено рецептуру і затверджено технологічну інструкцію на консерви “Ікра Ставчанська з шампінйонами і овочами” (шампінйони, кабачки, морква, томати, зелень петрушки, перець стручковий гострий), “Ікра Сквилівська з глинами і овочами” (гливи, кабачки, морква, цибуля), “Ікра Лагенарійська з шампінйонами” (шампінйони, лагенарія, цибуля, томати, зелень петрушки, перець стручковий гострий), “Ікра Юліанська з глинами і лагенарією” (гливи, лагенарія, перець солодкий, морква, цибуля, перець стручковий гострий).

В Японії, Франції, Німеччині розроблені і запатентовані технології виготовлення грибних екстрактів, соусів, соку. Грибні екстракти використовують для виготовлення делікатесних страв, панірувального борошна, напоїв. Екстракт з гливи знижує вміст холестерину, має протипухлинну дію, сприяє виведенню із організму людини радіоактивних елементів, корисний для профілактики гіпертонії і атеросклерозу, при гепатиті та виразці шлунку.

Для виготовлення напоїв використовують сухий грибний порошок, який змішують з водою, додають фосфору кислоту, нагрівають, потім додають цукор, воду, насичують вуглекислим газом і розливають в пляшки.

Отже, переробка грибів дозволяє комплексно використовувати урожай грибів, отримувати широкий асортимент грибної продукції.

**Решетило Л. І.**  
к.т.н., доцент,  
**Ковч А. Л.**  
магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **ХАРЧОВА ЦІННІСТЬ ТА МОЖЛИВІСТЬ ПОЛІПШЕННЯ ЗБЕРІГАННЯ ПЕРЕПЕЛИНИХ ЯЄЦЬ**

Сьогодні перепелині яйця в Україні користуються досить широким попитом. Розведенням перепелів займаються у багатьох країнах світу. Слід відзначити, що перепілки були одомашнені в Японії ще у XI столітті.

За даними операторів ринку в Україні продовжують розвиватися перепелині господарства і виробництвом перепелиних яєць займається понад 200 господарств різних форм власності, розміщених переважно поблизу великих міст.

Перепілки починають яйцекладку у дуже ранньому віці (35-40 днів) при досягненні ними маси 90-100г. Залежно від віку щомісячна продуктивність у перший місяць складає 8-10 штук яєць, а у наступні – до 25 яєць яйцекладки. При перших знесеннях маса яєць не перевищує 7 г і до двохмісячного віку птиці досягає 10-12 г. За рік від перепілки отримують 250-300 яєць.

Середній розмір перепелиного яйця по довжині 27,2 мм, по ширині – 22,5 мм. Товщина шкаралупи складає 0,22 мм.

Забарвлення шкаралупи яєць коливається від темно-коричневого до світло-жовтого з коричневими і голубими крапинками. Як правило, перепілки несуть яйця з пігментацією, характерною саме для даної птиці. Встановлено, що забарвлення шкаралупи яєць можна легко змити миючими засобами.

Перепелині яйця вважають продуктом “здорового харчування”, оскільки вони містять значну кількість збалансованих і корисних для організму людини речовин. Співвідношення між основними складовими частинами перепелиного яйця – білком, жовтком та шкаралупою складає 52,3 : 35,1 : 12,6%, відповідно.

Вміст білка у перепелиних яйцях в середньому складає 11,9 г, жирів – 13,1, вуглеводів – 0,6 г у 100 г.

У білку перепелиних яєць є білок овомукоїд, який здатний пригнічувати алергічні реакції в організмі людини, нормалізувати мікрофлору, вміст гемоглобіну і еритроцитів у крові.

Яйця перепілок відзначаються високим вмістом лізоциму, який нормалізує і пригнічує небажану мікрофлору, що дозволяє зберігати їх тривалий час при кімнатній температурі.

До складу білка перепелиних яєць входить вісім незамінних амінокислот, таких як валін, ізолейцин, лейцин, лізин, метіонін, треонін, триптофан, фенілаланін у кількості 5112 мг у 100 г істівної частини. Із заміних амінокислот ідентифіковано аланін, аспарагінову і глутамінову кислоти, гістидин, гліцин, пролін, серин, тирозин, цистин. Загальна кількість амінокислот у перепелиних яйцях складає 11811 мг у 100 г.

Слід відзначити, що за кількістю таких амінокислот, як тирозин, треонін, лізин, гліцин і гістидин перепелині яйця переважають курячі. Амінокислота тирозин, вміст якої у перепелиних яйцях складає 493 мг у 100 г продукту має значний вплив на обмін речовин і сприяє формуванню пігменту, що надає шкірі здорового кольору.

У перепелиних яйцях зовсім немає холестерину.

Перепелині яйця є багатим джерелом вітамінів і містять їх значно більше ніж курячі. Так, у перепелиних яйцях вітаміну А 0,47, В<sub>1</sub> – 0,11, В<sub>2</sub> – 0,65, В<sub>6</sub> – 0,65, РР – 0,26, холіну – 507,6 мг у 100 г.

З основних мінеральних речовин у перепелиних яйцях у значних кількостях міститься натрій – 115 мг, калій 144 мг, кальцій – 54 мг, магній – 32 мг, фосфор – 218 мг, залізо – 3,2 мг у 100 г. Встановлено, що

Міді у перепелиних яйцях 17,0%, кобальту 6,6% у сухій речовині.

Вважають, що шкаралупа перепелиних яєць є теж надзвичайно цінною, так як містить до 90,0 % карбонату кальцію, а також сірку, хлор, калій, залізо, мідь, цинк, бром, йод, стронцій, цирконій, олово.

Вченими Українського Національного Університету харчових технологій розроблена технологія використання шкаралупи перепелиних яєць для виробництва інуліну, збагаченого кальцієм.

Перепелині яйця мають виражені лікувальні властивості. Значний ефект спостерігається при лікуванні серця, печінки, легенів, шлунка, безпліддя, хронічних захворювань, укріплення костей. Їх рекомендують вживати людям з ослабленим імунітетом, розладами нервової системи, порушеннях гостроти зору, при втомі, бронхіальній астмі і цукровому діабеті, токсикозах вагітності. При споживанні перепелиних яєць сповільнюється псування зубів і випадіння волосся.

Перепелині яйця не викликають алергії і діатезу. З їх білка виготовляють овомукоїдний екстракт для лікування алергії.

Вважають, що перепелині яйця не мають аналогів і є цінним лікувальним, імуномодулюючим і протипухлинним продуктом. Їх рекомендують при радіоактивних ураженнях, при цьому зникає біль у серці, втома, головокружіння, носові кровотечі. Доведено, що перепелині яйця сприяють виведенню радіонуклідів і важких металів з організму.

Особливо цінні перепелині яйця для дітей. Вони поліпшують самопочуття, сприяють росту, розвитку розумових здібностей, позитивним змінам в організмі.

Перевагою перепілок є те, що вони не хворіють сальмонельозом і тому перепелині яйця можна споживати у сирому вигляді, оскільки у цій формі вони є найбільш цінними. Страви із перепелиних яєць передбачені для космонавтів.

Харчова цінність яєць, їх хімічний склад і властивості не є постійними і змінюються під час зберігання. Крім цього, свіжознесене яйце як правило стерильне, згодом відбувається їх обсіменіння мікроорганізмами, які через шкаралупу та підшкаралупну оболонку проникають всередину і можуть бути причиною різних дефектів.

Для зберігання яєць необхідно створити такі умови, які би запобігали розвитку мікроорганізмів, затримували фізичні і біохімічні процеси і сприяли більш тривалому зберіганню. З цією метою було запропоновано обробку шкаралупи перепелиних яєць олією з персикових кісточок, соком алое, водними витяжками з квіток нагідок, трави звіробою і чистотілу. При такій обробці пори шкаралупа закриваються, що запобігає усушці, втраті маси і захищає від мікробного псування. Для зберігання перепелині яйця укладали у горбкуваті прокладки і поміщали у холодильник при температурі 2-4 °С. Найбільші втрати маси спостерігалися у контрольних зразках, у яких поверхня не була обробленою. При обробці яєць олією персикових кісточок до 10 днів втрат маси не спостерігалось, після 50 днів вони склали 0,7 %, а при обробці соком алое 4,4 %, Витяжкою з квіток нагідок 4,2 %, трави чистотілу 4,4 %, трави звіробою 3,9 %.

**Багрії Л. М.**  
старший викладач,  
**Лебединець В. Т.**  
к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ЗБАГАЧЕННЯ БІСКВІТНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ МІКРОНУТРІЄНТАМИ**

Доведено, що існує тісний взаємозв'язок між характером харчування і здоров'ям людини. Сьогодні є очевидним, що традиційні продукти харчування не здатні компенсувати потребу сучасної людини у вітамінах, мікроелементах та інших харчових компонентах, враховуючи фізичні і емоційні навантаження, стресові ситуації, відчуття прискорюючого часу і тривоги, які характерні для техногенного суспільства.

У розвинутих країнах люди все частіше стикаються з проблемою незбалансованого харчування за рахунок споживання очищених, рафінованих продуктів. Для нормального функціонування організму людини необхідні харчові волокна, вітаміни, мікроелементи, мінеральні та інші біологічно цінні речовини.

Аналіз структури асортименту, обсягів виробництва і рівня споживання борошняних кондитерських виробів в Україні дозволяє їх розглядати як функціональні продукти, які рекомендують збагачувати цінними компонентами.

Суттєвим недоліком борошняних кондитерських виробів є практично повна відсутність біологічно активних речовин у зв'язку з використанням сировини, яка бідна вітамінно-мінеральним складом, а також завдяки додаткового руйнування даних речовин у процесі технологічної переробки.

У групу борошняних кондитерських виробів входять торти і тістечка. Основою для виробництва багатьох з них є бісквітні напівфабрикати, у рецептурний склад яких входять борошно пшеничне вищого сорту, цукор білий та яйцепродукти.

Використання бісквітних напівфабрикатів як об'єктів збагачення створює реальні умови, що забезпечують регулярне споживання джерел дефіцитних мікронутрієнтів всіма категоріями населення. Збагачення продуктів цієї групи харчовими волокнами, мінеральними речовинами і іншими фізіологічно функціональними інгредієнтами дозволяє підвищити їх харчову цінність та корисність для здоров'я.

Сьогодні кондитерська промисловість вирішує цілу низку важливих завдань із поліпшення споживних властивостей, харчової і біологічної цінності продукції, що

виготовляється, зниженню її цукромісткості і енергетичної цінності, створенню високоєфективних інноваційних технологій, скороченню витрат імпортової і дороговартісної вітчизняної сировини, удосконаленню асортименту продукції шляхом розробки нових оригінальних рецептур кондитерських виробів з використанням функціональних харчових інгредієнтів в умовах величезної конкуренції із зарубіжними виробниками [1].

При збагаченні бісквітних напівфабрикатів необхідно дотримуватись таких основних принципів:

- обґрунтований вибір продуктів та інгредієнтів для збагачення;
- визначення рівнів збагачення;
- наявність надійної технології [2].

У відповідності до вищевказаних принципів при розробці збагачених бісквітних напівфабрикатів необхідно дотримуватись основних положень:

– використовувати ті мікронутрієнти, дефіцит яких має реальне місце, широко розповсюджений і небезпечний для здоров'я населення;

– вміст мікронутрієнтів у збагачених výroбах, який регламентований і гарантований виробником, повинен бути достатнім для задоволення за рахунок даного продукту не більше 20-50 % середньої добової потреби у цих мікронутрієнтах при звичному споживанні збагачених виробів;

– технологія збагачення бісквітних напівфабрикатів повинна забезпечувати максимальне зберігання ендогенних та внесених мікронутрієнтів;

– ефективність збагаченого виробу повинна бути переконливо підтверджена апробацією на презентативних групах людей.

Джерелами функціональних харчових інгредієнтів для борошняних кондитерських виробів, в тому числі бісквітних напівфабрикатів, має бути доступна і недорога вітчизняна сировина – нетрадиційна фруктово-овочева, вторинні ресурси борошняного виробництва (пшеничні зародкові пластівці і висівки), продукти екструдованих зернових культур, традиційні і нові види молочних, жирових продуктів, лікарські рослини та інші, які є носіями есенціально важливих і цінних речовин.

Сьогодні харчові волокна є одними з найбільш затребуваних і найбільш широко застосовуваних харчових інгредієнтів завдяки їх багатофункціональності. В борошняні кондитерські вироби найчастіше додають нерозчинні харчові волокна, що містять целюлозу, геміцелюлози тощо, які застосовують для зниження калорійності, глікемічного індексу, збагачення продукту. В кондитерських емульсіях, тісті і інших напівфабрикатах препарати харчових волокон, особливо розчинних, проявляють відповідні технологічні ефекти [3].

Одним із шляхів заповнення дефіциту повноцінних білків і фізіологічно цінних інгредієнтів у їжі є підвищення ефективності використання сировинних ресурсів за рахунок впровадження ресурсозберігаючих і безвідходних технологій, ліквідації виробничих втрат, притягнення для виробництва харчових продуктів нових компонентів із вторинної сировини, багатой поживними речовинами, нешкідливої і що легко піддається різним видам переробки.

На сучасному етапі виросла зацікавленість до вітамінних препаратів із природної сировини у зв'язку з їх більш високою фізіологічною активністю, так як природні вітаміни стереоспецифічні для людського організму, історично адаптованих до них. Як правило, природні вітамінні комплекси більш стабільні, чим індивідуальні синтетичні вітаміни.

Для зниження цукромісткості і енергетичної цінності, підвищення харчової і біологічної цінності борошняних кондитерських виробів використовують різні замінники цукру, інтенсивні підсолоджувачі і харчові волокна, так як продукти з їх використанням можуть бути призначені не тільки людям, що хворіють низкою захворювань, у тому числі цукровим діабетом, але і всім, хто турбується про своє здоров'я.

Збільшення продовження життя може сприяти заміна частини незбалансованих продуктів харчування повноцінними, на основі рослинної сировини, тому застосування функціональних інгредієнтів у виробництві кондитерських виробів є актуальним.

### Список використаних джерел

1. Куракина А. Н. Функциональные ингредиенты в производстве кондитерских изделий / А. Н. Куракина, И. Б. Красина, Н. А. Тарасенко, Е. В. Филитова // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 6. – С. 468-472.
2. Гуліч М. П. Збагачення харчових продуктів мікроутрієнтами: основні положення та принципи / М. П. Гуліч, О. В. Яценко // *Наукові праці НУХТ*. – 2008. – № 25. – С. 50-53.
3. Коновалова Е. В. Особенности функционально-технологических свойств пищевых волокон в мучных кондитерских изделиях / Е. В. Коновалова, И. Б. Красина, Н. А. Тарасенко, А. Б. Бузунарь, Ю. Н. Никонич // *Известия вузов. Пищевая технология*. – 2012. – № 5-6. – С. 35-37.

Ланиця І. Ф.

асистент

Львівський торговельно-економічний університет

## ДОСЛІДЖЕННЯ ОБІЗНАНОСТІ СПОЖИВАЧІВ З НЕТРАДИЦІЙНОЮ СИРОВИНОЮ У РЕЦЕПТУРІ М'ЯСНИХ ВИРОБІВ

Макроекономічне середовище України характеризувалось впродовж тривалого періоду як несприятливе для розвитку виробництва продовольчої сировини та забезпечення збалансованого харчування населення. Трансформаційні процеси в економічному механізмі функціонування підприємств, зміни в законодавстві, яке його регулює, переорієнтування на нові ринки, викликані входження України в світове, європейське співтовариство, доповнені екологічними проблемами призвели до відчутних проблем в продовольчому комплексі країни.

Враховуючи світовий досвід при виробництві багатьох продуктів харчування, в Україні активно використовуються харчові замітники, наповнювачі і добавки. Означений напрям розвитку продовольчого комплексу покликаний розв'язати низку проблем:

- поповнення людського організму необхідними елементами для забезпечення життєдіяльності людини;
- досягнення збалансованого харчування людей в умовах зниження їх купівельної спроможності;
- посилення профілактики захворювань, викликаних різними чинниками, передусім аварією на Чорнобильській атомній електростанції;
- розширення асортименту продовольчих продуктів, його урізноманітнення та забезпечення доступності прохаркам населення з низькими доходами;
- соціального спрямування, покращення здоров'я та працездатності людей.

Одним із напрямів вирішення означених проблеми є цілеспрямоване виробництво харчових продуктів з використанням додаткових джерел поживних речовин, застосуванням нетрадиційної сировини, наповнювачів, харчових добавок.

Не дивлячись на очевидні переваги розвитку зазначеного напрямку є низка об'єктивних і суб'єктивних чинників, які гальмують цей процес:

- харчові наповнювачі, замітники і добавки є тими продуктами, про які споживачі або зовсім не обізнані, обізнані недостатньо, або обізнані неправильно;
- споживачі не розрізняють поняття “харчова добавка”, “харчовий замітник”, “наповнювач”;
- у засобах масової інформації, зокрема на телебаченні, радіо розгорнулася велика кампанія проти використання харчових добавок, наповнювачів та заміників;
- непоодинокі випадки відвертого залякування споживачів через поширення висловлювань на кшталт – “продукти, які призводять до утворення пухлин”, “продукти, що вбивають” і тому подібне;
- поширювана соціально-побутовими каналами негативна інформація особливо відчутна;

– часто фахівці гуртової і роздрібної торгівлі не володіють повними, достатніми знаннями щодо продуктів з заміниками для їх транспортування, зберігання, споживання, приготування тощо.

Нами було проведено маркетингові дослідження з метою виявлення поінформованості та обізнаності споживачів про харчові добавки загалом і зокрема продукти переробки зерна амаранту та їх використання при виробництві посічених м'ясних напівфабрикатів. Виявлено, що лише близько 20 % респондентів володіють інформацією про використання амаранту в рецептурі досліджуваних виробів, а безумовним лідером щодо обізнаності є соя і продукти з неї (близько 90 % опитаних).

Враховуючи актуальність збільшення виробництва, продажу та споживання продуктів із наповнювачами, з одного боку, та специфіку поведінки споживачів на українському ринку, з другого, було важливо запропонувати аргументовані промоційні заходи маркетингу. До таких засобів належить реклама, зв'язки з громадськістю (паблік рілейшнз, ПР), пропаганда (пабліситі), стимулювання продажу та персональний продаж. Завданням реклами є поінформувати споживача про продукти з харчовими добавками, надати споживачам певні знання про асортимент продуктів, їх характеристики та досягти прихильності споживачів до даного виду продукту. Метою ж ПР-діяльності має бути спростування негативних чуток серед населення про харчові добавки і рекомендація вживати продукти з харчовими добавками для профілактики деяких захворювань, для поповнення організму необхідними для життєдіяльності елементами.

Збільшення кількості та якості інформації на телебаченні та інших ЗМІ дозволить пересічним покупцям розрізняти і усвідомлювати поняття “харчова добавка” і “харчовий наповнювач”, а також причини їх застосування у харчовій промисловості, і зокрема при виробництві посічених напівфабрикатів. Актуальним є розширення інформації про склад продуктів на упакованні та етикетці, правила зберігання та приготування страв споживачами, досягти покращення поінформованості споживачів про ринок харчових добавок і наповнювачів в м'ясних виробих і сприяти активізуванню ринку. Необхідно добиватися поінформованості покупців шляхом роз'яснювальної роботи, підвищення адміністративної і кримінальної відповідальності у сфері виробництва і торгівлі, оскільки простежується в деяких випадках ігнорування та байдужість виробників до розв'язання даної проблеми.

## СЕКЦІЯ 7 “ТОВАРОЗНАВСТВО, ЕКСПЕРТИЗА ТА ТЕХНОЛОГІЇ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ”

**Сібірна Р. І.**  
д.б.н., професор,  
**Хомів О. В.**  
к.е.н., доцент

Львівський державний університет внутрішніх справ,  
**Сібірний А. В.**  
к.б.н., доцент

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

### ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ СУДОВИХ ТОВАРОЗНАВЧИХ ЕКСПЕРТИЗ

Як відомо, основними завданнями товарознавчої експертизи є проведення ідентифікаційних, діагностичних, класифікаційних та ситуаційних досліджень. Стосовно судових експертиз, у судовому товарознавстві найчастіше вирішуються наступні питання: яке найменування, призначення товарів; до якого виду, роду, групи, марки вони належать; чи відповідають маркувальні дані дійсним товарним характеристикам товару; як може бути розшифроване маркування наданого товару; чи відповідає якість виробу вимогам стандартів, технічних умов, наданим зразкам за фізичними, хімічними та органолептичними показниками; які дефекти є у конкретному товарі; чи можлива його реалізація (експлуатація) за наявності виявлених дефектів; під впливом яких причин змінилась якість товару та виникли різного роду дефекти; чи мають вони виробничий характер або виникли у результаті будь-яких пошкоджень при транспортуванні, зберіганні, експлуатації; який відсоток втрати якості товару через ознаки зношення або наявність дефектів; яка вартість об'єктів дослідження; які умови приймання, зберігання та відпуску товару; чи правильно виконані маркування та пакування товару; чи відповідають маркування й пакування товару вимогам нормативно-технічної документації або зразкам; яким підприємством і коли виготовлено товар (за умови наявності маркувальної інформації або відповідних супроводжувальних документів); яким характеристикам відповідає товар згідно з Українським класифікатором товарів зовнішньоекономічної діяльності; чи являють собою комплект окремі вироби, надані на дослідження.

Крім того, у ході судових товарознавчих експертиз вирішуються завдання з визначення розміру шкоди, заподіяної власнику майна внаслідок його пошкодження (при пожежі, затопленні тощо). Результатами дослідження є висновки судової товарознавчої експертизи у виконавчих провадженнях, які використовують органи досудового та судового слідства як джерела доказів у кримінальних, цивільних, господарських справах і справах про адміністративні правопорушення. Товарознавчі дослідження переважно проводяться за зверненнями юридичних осіб і пересічних громадян. Однією з особливостей цих експертиз є відсутність об'єктів дослідження, де за вихідні дані приймаються відомості, що містяться у матеріалах провадження (протоколах допитів і пояснень обвинувачених, позивачів, відповідачів, свідків тощо).

Останнім часом стало проблемним вирішення питання оцінювання майна, не наданого для дослідження. Це пов'язано з призначенням товарознавчих досліджень окремими суб'єктами у рамках різних за категоріями проваджень з неоднаковими вихідними даними, але стосовно тих самих об'єктів, за однотипними питаннями (зокрема, в багатьох випадках, вони скеровуються до різних експертних установ одночасно чи протягом тривалого терміну – до 10 років). Слід зауважити, що відсутність у розпорядженні різних експертів однакових вихідних даних, може призводити до надання різних висновків з відповідними суперечностями. Різноманітність питань, особливості та специфіка об'єктів дослідження при

проведенні сучасних судових товарознавчих експертиз, потребує індивідуального підходу в кожному окремому випадку, з урахуванням обставин провадження та регіональних особливостей з отримання вихідних даних для ідентифікації об'єктів дослідження при призначенні та проведенні такого роду експертиз. Таке становище зумовлює ускладнення при обранні експертами різних установ єдиного методичного підходу й отримання однаково обгрунтованого висновку. При цьому деякі методичні матеріали, що широко застосовуються одними експертами-товарознавцями, практично не використовуються іншими, що спричинено різними обставинами. При вирішенні однакових питань між експертами-товарознавцями іноді виникають розбіжності у висновках унаслідок застосування різних методичних прийомів, різних методик і наявності розбіжностей у трактуванні одержаних результатів. Для усунення зазначених недоліків, Міністерством юстиції України від 2 жовтня 2008 р. № 1666/5 затверджено “Порядок ведення Реєстру методик проведення судових експертиз”, який визначає процедуру його формування та ведення.

Атестація та державна реєстрація методик проведення судових експертиз, державний контроль за застосуванням судовими експертами, що здійснюють судово-експертну діяльність у спеціалізованих державних установах або не є працівниками вказаних установ, єдиних апробованих наукою і практикою методик, безумовно, дозволять високоякісно вирішувати складні завдання з використанням спеціальних знань у судочинстві, а також сприятимуть визначеній законодавством головній меті судово-експертної діяльності – забезпеченню правосуддя в Україні кваліфікованою експертизою, орієнтованою на максимальне використання досягнень науки і техніки. Крім того, на даний час на стадії досудового слідства, при розгляді проваджень у судах, коли оцінюються результати експертного дослідження, наявність відповідного реєстру методик та переліку літератури дасть змогу всебічно проаналізувати правильність обрання експертом оптимальної схеми дослідження та об'єктивність висновків. Фактично, реєстр є офіційною електронною базою даних щодо атестованих в Україні та рекомендованих до впровадження в експертну практику методик проведення судових експертиз. Ця інформація є необхідною не тільки у роботі правоохоронних органів і судів. Вона також може бути корисною для зацікавлених юридичних осіб та пересічних громадян. Доступ до Реєстру є вільним. З нього можна отримати витяг щодо виду й назви експертизи, експертної установи, яка розробила певну методику, тощо.

Таким чином, вищезазначені роз'яснення щодо сформованого реєстру методик і переліку літератури повинні сприяти удосконаленню робіт зі стандартизації та уніфікації процесу досліджень з оцінювання товарів при проведенні судових товарознавчих експертиз.

#### **Список використаних джерел**

1. Ахтирська Н. М. Судова експертиза: порівняльний аналіз правового регулювання призначення та використання її результатів [Текст] / Н. М. Ахтирська // *Адвокат*. – 2007. – №8. – С. 3-7.
2. *Криміналістика: [навч. посіб.]* / Р. І. Благуца, Р. Л. Сибірна, В. М. Бараняк та ін.; за заг. ред. Є. В. Пряхіна. – К.: Атіка, 2012. – 496 с.

**Доманцевич Н. І.**

д.т.н., професор,

**Кріль М. М.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ ВІДХОДІВ ПОЛІМЕРНИХ МАТЕРІАЛІВ**

У світі щорічно використовують значну кількість виробів із пластичних мас. Після закінчення терміну їх експлуатації постає питання подальшої утилізації. На сьогодні це здійснюють різними методами, а саме: шляхом переробки, спалення та захоронення на відповідних полігонах. Спостерігається ще одна небезпечна тенденція, коли відходи без

визначених правил зберігання, розміщують будь де і вони створюють найбільшу небезпеку для довкілля.

Відомо, що для виготовлення виробів із пластмас використовують різні їх види, які достатньо важко переробляти у подальшому і вони потенційно можуть осідати на звалищах. Поряд із цим, спостерігається тенденція зростання цін на первинні сировинні матеріали для виробництва пластмас, що створює передумови для задіяння наявних ресурсів. Активно використовують і біорозкладувані пластики. Пошук нових технологій обробки полягає у зменшенні кількості шкідливих добавок до пластмаси, які роблять переробку складнішою та менш безпечною, проте пластмаси на основі біологічної сировини більш дорогі, ніж звичайні полімери.

З метою покращення ситуації постійно триває пошук нових ефективних технологій збору та переробки відходів пластичних мас. Це дає змогу отримати цінну полімерну сировину та створювати нові вироби. Вдосконалення процесу механічного сортування відходів із застосуванням високотехнологічної техніки сприяє виділенню навіть найменших деталей із пластмас. У технології механічного сортування відходів пластику відбулися зміни, (використовують інфрачервоні сканери, центрифуги та інші високотехнологічні інструменти), які дозволяють відсортувати навіть малі часточки пластмаси (6-8 мм) від змішаного сміття. Їх можливо використовувати у наступному промисловому виробництві.

Традиційно переробка пластику включає в себе збирання будь-яких типів пластику, сортування залежно від типів полімерів, подрібнення та переплавлення на гранули, які можна транспортувати та використовувати для виготовлення будь-яких виробів. Отримати якісний пластик із вторинної сировини достатньо важко, оскільки такі вироби попередньо використовувалися, що приводить до зміни властивостей. На сьогодні сировину із вторинних полімерних матеріалів використовують як складовий компонент, який додають до первинної сировини при формуванні композиції. При цьому здешевлюють саму композицію, проте виникає ефект малоцінного додатку, що не відповідає потребам ринку. Використання переробки виробів із пластмас із зміною молекули полімеру пластикових відходів та рекомбінація їх для одержання нових матеріалів є одним із оптимальних шляхів удосконалення вторинної сировини.

Проведення досліджень, спрямованих на вивчення властивостей вторинних полімерних матеріалів, їх зміни залежно від складу, періоду та умов експлуатації, дає можливість запропонувати шляхи переробки, подальшого використання та створення нових виробів високої якості та зробити життєвий цикл продукції безвідходним.

**Пелик Л. В.**  
д.т.н., професор,  
**Пелех Ю. А.**  
к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ПРОЕКТУВАННЯ СУЧАСНОГО ЖІНОЧОГО ЛЕГКОГО ОДЯГУ**

Покращення якості жіночого легкого одягу залежить від вдосконалення методів проектування нових форм одягу, оцінки якості проєктованих виробів, ретельного опису номенклатури, параметрів, залежностей, значимості та природи їх естетичних властивостей.

Комбінаторні методи передбачають формування шляхом комбінуння стандартних елементів із простих геометричних форм; комбінуння різних видів декору;

трансформацію одягу в процесі експлуатації; комбінування стандартних готових об'єктів. Удосконалення комбінаторних методів розглядається як один з реальних шляхів зближення універсализації і індивідуалізації проектних рішень, а методи комбінаторики – як прогресивна тенденція розвитку сучасного предметно-просторового середовища. Відомо, що комбінаторика є методом формування, заснованому на пошуку, дослідженні, застосуванні закономірностей варіантної змінності просторових, конструктивних, функціональних і графічних структур, а також на проектуванні одягу з тилізованих елементів. Вона базується на прийомах комбінування та перестановок, часто використовується при варіантному застосуванні деталей виробів на одній конструктивній основі, при заміні одних деталей іншими (наприклад, коміру – кишнями, поясами, сумками, трансформованими елементами тощо). Застосування сіток являє собою розділ комбінаторної формотворчості, в якому використано найрізноманітніші технології формотворення: вистробування, нанесення перфорації, печворк, аплікація тощо.

Трансформація є методом перетворення та зміни форми, який визначається динамікою, рухом. Основні засоби трансформації: перетворення однієї форми в іншу (площину в об'ємну, просту в складну); трансформація деталей форми з метою зміни її величини (складання, розгортання, віднімання). Ці принципи є універсальними в дизайн-ергономічному проектуванні та дозволяють систематизувати та створювати різноманітні деталі конструкції одягу у вигляді трансформ. Трансформація просторової структури забезпечується методом агрегування, який передбачає зборку виробів з готових вузлів. Метод уніфікації передбачає наявність стандартизованих деталей. Агрегування і уніфікація деталей застосовується на швейних підприємствах при проектуванні одягу масового виробництва.

Кінетизм – різновид комбінаторного методу проектування, в основі якого лежить ідея руху форми: втілюється в рухомих деталях костюму; об'єктах, що світяться; елементах костюму, що обертаються. Кінетизм полягає у створенні динаміки форми, декору, малюнку тканини.

Принципово новим є розробка одягу з цілого шматка тканини без застосування традиційних методів розкрою та подальшого з'єднання деталей (так званий метод “нешитого” одягу). Використовувався з давнини; є цікавим у конструктивно-технологічних рішеннях – шматок тканини можна багато разів перетворювати у різні види одягу шляхом фіксації зав'язками, бантами, вузлами, фурнітурою тощо. Застосування цього методу можливе з тканин і матеріалів (плівки, металізований папір, штучної шкіри) різної геометричної форми.

Модульний метод проектування передбачає конструктивну, технологічну, функціональну завершеність, що сприяє уніфікації структурних елементів виробу. Модуль – вихідна одиниця виміру, яка повторюється і складається без залишку у цілісній формі. Головним є засіб з'єднання модулів, за допомогою якого можна перетворювати та удосконалювати форму: з меншої зробити більшу; з простої форми зробити складну; змінити призначення при зміні форми.

Метод деконструкції передбачає принципово нові підходи до моделювання одягу, який полягає у вільному маніпулюванні формою і нетрадиційною посадкою виробу на фігурі. Прийомами деконструкції є асиметричний крій; розподіл конструкції на праву і ліву половинки; інверсія (шви назвні, застібка у нетрадиційних місцях, виточки виконані на лицьову сторону виробу, елементи незавершеності; порушення традиційної технології), що знаходить широке застосування при дизайн-ергономічному проектуванні одягу для людей з обмеженими можливостями, в першу чергу дітей. Крім того, деконструкція запропонувала руйнування традиційного комплексу класичного костюму.

На підприємстві ПРАТ “Едельвіка” відповідно до концепції замовлення художник-модельєр отримує технічне завдання на розробку виробів, де чітко та детально описується побажання клієнта щодо виробів чи усієї колекції. У технічному завданні прописується хто замовляє, під якого клієнта, що саме за виріб (колекція виробів) має бути, їх кількість, з яких

тканин вироблятися; чи має вишивку; хто виконавці (художник з вишивки та модельєр); цінний сегмент; гендер споживача, вікову категорію, функціонал виробу, сезон; тип швейного виробу, технічні характеристики вишивки; характеристика матеріалів, що використовуються, розмірний ряд, формат та дати виконання.

Технічне завдання погоджується з начальниками відділів перспективного розвитку, планово-економічного, постачання та передається в роботу модельєру та художнику. Модельєр на основі цього технічного завдання, враховуючи сучасні модні тенденції, асортимент, структуру, склад сировини тканин, актуальну кольорову гамму, створює ескіз моделі. Модельєри та художники працюють у програмі графічного редактора CorelDraw.

Створений ескіз моделі передається на затвердження, а пізніше конструкторам на розробку лекал. Для початку розробляється модель в одному розмірі і прошивається перший зразок, найчастіше це 44 розмір, або погоджується з замовником. Лекала роздруковуються і кроїться виріб з обраною тканини. Деталі виробу готують до першої примірки. Якщо результати першої примірки повністю задовольняють усі вимоги до моделі, тоді ця деталь, де буде вишивка віддають у вишивальну дільницю, а опісля повністю зшивають виріб. Якщо перша примірка показує дефекти, підкреслює небажане тоді переробляється ескіз, лекала, перекроюються певні деталі, а можливо і весь виріб. Завжди до процесі є дві обов'язкові примірки: посередня та фінальна у повністю готовому випрасуваному виробі.

Готова експериментальна модель проходить останню перевірку на задоволення всіх потреб замовника та відповідність цінній політиці. На затверджену до виробництва модель створюється документація на виріб в 1С:8: присвоюється артикул, автоматично штрих-код, заноситься уся інформація: артикул, малюнок та вид тканина, кольори, вишивка, фурнітура, додаткове оздоблення. У програму також заводиться технологічна послідовність розкрою та пошиття: які витрати часу на кожну операцію та розцінки на них, на основі яких розраховується собівартість виробу та вартість роботи і затраченого часу, та проводиться розрахунок зарплати працівникам. Калькуляційний лист з усіма кінцевими розрахунками ще раз проходить перевірку та затверджується, якщо модель і ціна на виріб задовільняє вимоги.

Тоді формується масове замовлення на виробництво менеджером відділу маркетингу. Конструктори відповідно до нього роблять градацію лекал за розмірами, автоматичну розкладку лекал в програмі Lektra, художник – градацію вишивки, та створюють акт розкрою, який точно вказує розкрійному цеху скільки яких деталей та в яких розмірах потрібно кроїти.

Кравці кроють деталі відповідно до розкладки і комплектом (всі деталі одного розміру) згідно штрих-коду передають у вишивальну дільницю, де наноситься запрограмована вишивка, а пізніше – у швейний цех, де відбувається пошиття виробу. Кожний виріб маркується відповідно до нормативних документів та проходить контроль якості. Контролери перевіряють готовий випрасуваний виріб, пакують, маркують та здають на склад для зберігання.

**Галик І. С.**  
к.т.н., професор,  
**Семак Б. Д.**  
д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ СВІТЛОСТІЙКОСТІ ТЕКСТИЛЮ**

Як відомо, проблеми формування та оцінювання світлостійкості текстильних матеріалів і виробів є складними та багатограничними. Над їх вирішенням фахівці працюють вже давно. Дослідження включають біологічні, хімічні, фізичні, екологічні, технологічні,

медичні, економічні та товарознавчі аспекти. В даній роботі ми обмежимося тільки узагальненням результатів оцінки світлостійкості текстильних матеріалів, проведених нами на кафедрі товарознавства та технологій непродовольчих товарів Львівського торговельно-економічного університету протягом тривалого часу.

В процесі цих досліджень було вивчено вплив на світлостійкість текстильних матеріалів і виробів наступних чинників [1-8]:

- волокнистого складу та інших параметрів будови цих матеріалів;
- основних способів оброблення текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення (фарбування різними марками синтетичних і видами рослинних барвників, оброблення оптичними відбілювачами, модифікація різноманітними видами кремнійорганічних, фторорганічних, біоцидних та інших обробних препаратів);
- досліджено особливості світлостаріння текстильних матеріалів різного цільового призначення, волокнистого складу, фарбування синтетичними барвниками різних класів та модифікованих різними типами обробних препаратів;
- вивчено вплив різних типів обробних препаратів на світлостійкість пофарбувань і волокнистої основи цих матеріалів.

Для прикладу розглянемо більш детально деякі товарознавчі аспекти формування світлостійкості тих груп текстильних матеріалів, у зношуванні яких світлопогода відіграє домінуючу роль.

#### А. Світлостійкість бавовняних і віскозних платтяно-сорочкових тканин літнього асортименту

Як показали наші багаторічні дослідження [1, 3, 4, 7, 8], саме тривала дія світлопогоди є ключовим чинником зношування платтяно-сорочкових тканин і трикотажних бавовняних, віскозних і змішаних полотен літнього асортименту.

При дослідженнях світлостійкості названих полотен найчастіше виникає потреба:

- вивчити вплив на зносостійкість виробів із цих полотен тривалої дії сонячної радіації та світлопогоди;
- вивчити світлостійкість пофарбувань на цих полотнах, отриманих синтетичними та рослинними барвниками різних класів і груп;
- вивчити вплив пофарбування названих полотен синтетичними та рослинними барвниками на фотодеструкцію волокнистої основи полотен;
- вивчити вплив обробних препаратів, які використовуються для малозминального та малоусадкового оброблення цих полотен, не тільки на довговічність отриманих ефектів малозминальності та малоусадковості, але і світлостійкості пофарбувань і волокнистої основи (особливо це стосується оброблення карбамольними препаратами – карбамолом ЦЕС, карбамолом М, етамомом ДС, карбазоном ОО та іншими).

Узагальнення результатів оцінки світлостійкості модифікованих карбамольними обробними препаратами платтяно-сорочкових бавовняних, віскозних і змішаних целюлозовмісних тканин і трикотажних полотен дозволяють зробити наступні висновки [1, 3, 4, 7, 8]:

1. Дана порівняльна характеристика світлостійкості волокнистої основи і пофарбувань досліджуваних полотен, пофарбованих різними марками прямих, активних і кубових барвників. Встановлено, що основним резервом підвищення світлостійкості сорочково-платтяних виробів літнього асортименту з цих полотен є цілеспрямований підбір світлостійких марок барвників названих класів для фарбування обраних полотен, які б гарантували раціональне використання потенційного ресурсу волокнистої основи цих полотен.

2. Встановлено, що обрані для малозминальної та малоусадкової обробки досліджуваних полотен препарати (карбамол ЦЕС, карбамол М, етамол ДС та інші) можуть сенсифікувати чи інгібувати процес світлостаріння досліджуваних полотен або бути нейтральним до даного процесу. Цей вплив стосується зміни світлостійкості як волокнистої основи полотен, так і особливо їх пофарбування. В результаті проведених досліджень

запропоновано алгоритм обґрунтованого підбору рівнозначних за світлостійкістю і мінімізованих за негативним взаємним впливом волокон, барвників і апретів для полотен перспективного асортименту.

3. На прикладі оцінки світлостійкості пофарбованих активними барвниками бавовняних і бавовняно-котонінових сорочково-платтяних трикотажних полотен обґрунтована доцільність для малозминального та малосушкостійкого оброблення використовувати безформальдегідні обробні препарати фортекс і ортоксид БФ. Показано, що використання названих препаратів гарантує не тільки суттєве підвищення формостійкості названих полотен, але й сприяє суттєвому підвищенню їх екологічної безпечності та екологізації технології їх оброблення.

Наведені дані підтверджують доцільність поглиблення товарознавчих досліджень світлостійкості різних за волокнистим складом сорочково-платтяних тканин і трикотажних полотен, пофарбованих синтетичними барвниками різних класів.

#### Б. Вплив світлопогоди на зносостійкості гідрофобізованих плащових тканин

У формуванні світлостійкості плащових тканин, як сорочково-платтяних, ключову роль відіграють три основні чинники – світлостійкість обраних для фарбування цих тканин барвників, світлостійкість гідрофобізаторів, а також світлостійкість волокнистої основи цих тканин. При цьому важливе значення має мінімізація негативного впливу барвників і гідрофобізаторів на фотодеструкцію волокнистої основи, а також гідрофобізаторів на знебарвлення пофарбувань, отриманих окремими марками синтетичних барвників. Все це підтверджує доцільність і актуальність поглиблених товарознавчих досліджень, проведених нами на прикладі бавовняних і бавовняно-віскозних плащових тканин поточного асортименту, а також запропонованих нами нових типів поліефірно-бавовняних плащових тканин, пофарбованих кубовими барвниками в колір “хакі” та гідрофобізованих різними типами силіконових і фторорганічних гідрофобізаторів [2, 3, 5, 6, 8].

Узагальнення результатів оцінки світлостійкості тканин плащового призначення дозволяють зробити наступні висновки:

- встановлено, що найбільш вразливою ланкою у процесі світлостаріння бавовняних, бавовняно-віскозних і поліефірно-бавовняних гідрофобізованих плащових тканин виявилась недостатня світлостійкість їх пофарбувань, що обмежує використання потенційних ресурсів цих тканин за їх волокнистикою та гідрофобізаторами;

- встановлено, що обґрунтований підбір барвників і гідрофобізаторів для фарбування та гідрофобізації плащових тканин різного волокнистого складу дозволяють суттєво підвищити екологічну безпечність цих тканин та технологічність їх оброблень.

#### Список використаних джерел

1. Семак Б. Д. Светоустойчивость летних платьевых тканей из химических волокон / Б. Д. Семак // *Текстильная промышленность*, 1963. – № 8. – С. 76-81.
2. Галык И. С. Исследование устойчивости гидрофобного эффекта на плащевых тканях к воздействию света и светопогоды // И. С. Галык, Б. Д. Семак, Г. Д. Нессонова // *Изв. вузов. Технология легкой промышленности*, 1977. – № 1. – С. 24-29.
3. Семак Б. Д. Износостойкость тканей с отделкой силиконами : монография / Б. Д. Семак. – М. : “Легкая индустрия”, 1977. – 192 с.
4. Семак Б. Д. Износостойкость и формоустойчивость одежных тканей с малосушкостойкой отделкой : монография / Б. Д. Семак – М. : “Легкая индустрия”, 1979. – 152 с.
5. Галык И. С. Оптимизация ассортимента и качество текстильных материалов : монография / И. С. Галык, Д. И. Козыч, Б. Д. Семак, И. И. Шийко. – К. : Техника, 1991. – 174 с.
6. Галык И. С. Екологічна безпека та біостійкість текстильних матеріалів : монографія / І. С. Галык, О. Б. Концевич, Б. Д. Семак. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. – 232 с.
7. Мартосенко М. Г. Вплив безформальдегідного малозминального оброблення пофарбованих реактами бавовняних і бавовнянокотонінових трикотажних полотен на світлостійкість їх забарвлень / М. Г. Мартосенко, С. О. Поліщук, Б. Д. Семак // *Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки*. – 2011. – № 3. – С. 108-113.
8. Галык И. С. Проблеми формування та оцінювання екологічної безпечності текстилю : монографія / І. С. Галык, Б. Д. Семак. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – 488 с.

## ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ БІОСТІЙКОСТІ ТЕКСТИЛЮ: ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ

Проблема формування та оцінювання біостійкості текстильних матеріалів і виробів, як відомо, складна і багатогранна. Вона об'єднує біологічні, технологічні, хімічні, екологічні, медичні та товарознавчі аспекти.

В даній роботі ми обмежимося розглядом тільки деяких товарознавчих аспектів даної проблеми, пов'язаних із узагальненням результатів досліджень біостійкості текстильних матеріалів різного цільового призначення та волокнистого складу, виконаних за участю авторів даної роботи за останні 30 років [1-6].

Як відомо, проблеми формування та оцінювання біостійкості текстильних матеріалів побутового та технічного призначення тісно пов'язані із проблемами формування їх зносостійкості, формостійкості, гігієнічності та екологічної безпечності. Тому не випадково ці питання досліджуються і висвітлюються у літературних джерелах переважно разом. Саме цей підхід ми збережемо і в даній роботі.

Наскільки актуальною і невідкладною є проблема дослідження біостійкості багатьох видів текстильних матеріалів і виробів (особливо одягового призначення) свідчить той факт, що в загальному процент зношування цих матеріалів і виробів майже 40% пошкоджень припадає на їх мікробіологічну деградацію [7].

Представляється доцільним розглянути більш детально деякі результати дослідження біостійкості текстилю наведені в наших попередніх публікаціях [1-6]. Так, наприклад, в роботі [1] розкривається роль оброблення бавовняних одягових тканин силіконовими препаратами у формуванні їх біостійкості, світлостійкості та водоопірності. При цьому мікробна деградація цих тканин розглядається як невід'ємна складова їх загального зношування під тривалою дією світлопогоди. Обґрунтовується вибір найбільш ефективного виду силіконового препарату, рецептурно-технологічний режим його застосування, а також оцінюється його вплив на зміну інших властивостей досліджуваних тканин плащового та сорочково-платтяного призначення. Виявлена залежність між видом і рецептурним складом обраного силіконового препарату на зниження чисельності целюлозоруйнучих мікроорганізмів на досліджуваних тканинах. Запропоновано розширювати та поглиблювати товарознавчі дослідження біостійкості текстильних матеріалів різних способів виробництва, будови та цільового призначення. На прикладі гриба *Trichoderma lignorum* розкрито механізм взаємодії силіконового препарату з окремими видами целюлозоруйнучих грибів.

В роботі [2] авторами досліджено роль волокнистого складу та способів заключного оброблення текстильних матеріалів у формуванні їх біостійкості та екологічної безпечності. Розглянуто товарознавчі аспекти їх формування та оцінювання. Особливо розглянуто чинники, які визначають ефективність біостійкої обробки текстильних матеріалів одягового, взуттєвого та технічного призначення. Розкрита роль біостійкого оброблення одягових целюлозовмісних текстильних матеріалів у формуванні їх гігієнічності та екологічної безпечності. Особлива увага приділена вивченню впливу різноманітних обробних препаратів на формування гігієнічності та екологічної безпечності тканин білизняного призначення.

На прикладі модифікованих біоцидними та силіконовими препаратами текстильних взуттєвих матеріалів розкрито механізм взаємодії названих препаратів із целюлозоруйнучими та іншими волокноруйнучими мікроорганізмами. Досліджено стійкість модифікованих біоцидними та силіконовими препаратами взуттєвих целюлозовмісних матеріалів до дії ґрунтових мікроорганізмів. Вивчена можливість

застосування для оцінки їх мікробіологічної деструкції ґрунтовими мікроорганізмами спектрофотометричного методу, який дозволяє об'єктивно визначати зміну вмісту карбонільних груп в целюлозних матеріалах до і після їх контакту з ґрунтовими мікроорганізмами.

Дана порівняльна характеристика біостійкості та гігієнічності підкладкових і прокладкових бавовняних тканин, лавсано-віскозних (30% віскозного волокна) і нітроно-віскозних (30% віскозних волокон) нетканих клейових полотен, модифікованих біоцидними (катанін АБ, метазин АБП-40) та силіконовими (ГКР-10, АМСП-3, КЕ-119-215) препаратами. При цьому виявлені найбільш перспективні види названих полотен.

Обґрунтована доцільність використання для верху літніх видів взуття віскозних, віскозно-полівінілхлоридних і полівінілхлоридних голкопробивних нетканих полотен, а також різнокомпонентних комплексних текстильних матеріалів взуттєвого призначення, модифікованих різними типами силіконових препаратів. Названі полотна характеризуються не тільки високою біостійкістю, але й високою водоопірністю та зносостійкістю.

Вивчена можливість і доцільність більш широкого використання сучасного асортименту біоцидних і силіконових обробних препаратів для одночасного надання необхідної біостійкості, водоопірності та атмосферостійкості текстильним матеріалам і виробам текстильного призначення. Особливо це стосується тих матеріалів і виробів, які в умовах експлуатації безпосередньо контактують з ґрунтом, піддаються тривалим опадам, дії світлопогоди та інших чинників. Це передусім целюлозовмісні чохольно-наметові, тентові, фільтрувальні, тарно-пакувальні матеріали, підлогові покриття, дренажні, геотекстильні та інші матеріали технічного та спеціального призначення.

Нами дана порівняльна характеристика біостійкості та атмосферостійкості трьох груп модифікованих біоцидними та силіконовими препаратами текстильних матеріалів [2-6]:

- чохольно-наметових тканин різного волокнистого складу та способів поверхневої модифікації;
- нетканих в'язально-прошивних віскозно-мідноаміачних полотен для підлогових покриттів;
- мішково-тарних льяняних тканин різного цільового призначення.

Аналіз результатів досліджень названих груп текстильних матеріалів технічного призначення підтверджує доцільність продовження їх поглиблених товарознавчих досліджень.

В роботах [3, 4] основна увага авторами приділена вирішенню наступних завдань:

- розробленню теоретико-методологічних засад формування асортименту, якості та безпечності текстильних матеріалів, модифікованих біоцидними, силіконовими та іншими типами обробних матеріалів;
- вивченню ролі названих груп препаратів у екологізації асортименту та властивостей текстильних матеріалів різних способів виробництва, будови та призначення;
- вивченню та узагальненню вітчизняного та зарубіжного досвіду створення нового перспективного асортименту біоцидних препаратів текстильного призначення, які володіють поліфункціональними властивостями;
- обґрунтуванню доцільності більш широкого використання для надання біостійкості та екологічної безпечності одягових текстильних матеріалів біоцидних марок синтетичних барвників;
- вивченню можливості використання для антимікробного оброблення одягових текстильних матеріалів та їх екологізації різноманітних видів рослинних барвників текстильного призначення;
- значна увага приділена розкриттю взаємодії нових типів біоцидних препаратів із патогенними мікроорганізмами;
- обґрунтуванню доцільності більш широкого використання антимікробного оброблення текстильних матеріалів медичного призначення, а також екотекстилю та елітного текстилю.

Враховуючи актуальність піднятих проблем, представляється доцільним:

- поглибити товарознавчі дослідження антимікробних властивостей тканин;
- включити в навчальні плани та програми дані питання при підготовці фахівців товарознавчо-комерційного профілю і набутих ними необхідних компетентностей з даних питань;
- більш детально і повно описати питання формування та оцінювання біостійкості текстильних матеріалів різної будови та призначення у сучасних підручниках із текстильного товарознавства та матеріалознавства.

#### **Список використаних джерел**

1. Семак Б. Д. *Износостойкость тканей с отделкой силиконами : монография* / Б. Д. Семак. – М. : “Легкая индустрия”, 1977. – 192 с.
2. Галик І. С. *Екологічна безпека та біостійкість текстильних матеріалів : монографія* / І. С. Галик, О. Б. Концевич, Б. Д. Семак. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. – 232 с.
3. Галик І. С. *Проблеми формування та оцінювання екологічної безпечності текстилю : монографія* / І. С. Галик, Б. Д. Семак. – Львів: видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – 488 с.
4. Галик І. С. *Вплив оброблення текстильних матеріалів на формування рівня їх біостійкості та екологічної безпечності* / І. С. Галик, Б. Д. Семак // *Проблеми легкой и текстильной промышленности Украины*. – 2009. - №1 (15). – С.16-19.
5. Галик І. С. *Шляхи ефективного захисту текстилю від біопішокоджень* / І. С. Галик, Б. Д. Семак // *Вісник Київського національного університету технологій і дизайну* – 2012. – № 3 – 488 с.
6. Галик І. С. *Шляхи ефективного захисту текстилю від біопішокоджень* / І. С. Галик, О. Б. Концевич, Б. Д. Семак. // *Проблеми легкой и текстильной промышленности Украины*. – 2004. – №1 (8). – С.154-161.
7. Ильичев В. Д. *Экологические основы защиты от биоповреждений* / В. Д. Ильичев, Б. В. Бочаров, М. В. Горленко. – М.: Наука, 1985. – 264 с.

**Галик І. С.**  
к.т.н., професор,  
**Ніколайчук Л. Г.**  
к.т.н., доцент,  
**Семак Б. Д.**  
д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ДІАГНОСТИКА КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТОВАРОЗНАВЦІВ СФЕРИ ВИРОБНИЦТВА І ТОРГІВЛІ НАНОТЕКСТИЛЮ**

Як відомо, в останні роки у світовому промисловому виробництві чітко намітилась тенденція розвитку технологічної конвергенції (від лат. convergo-приближаюсь, схожусь). Одним із прикладів такої конвергенції служить об'єднання NBIC-технологій (N-нано; B-біо; I-інфо, C-когніто). Саме ці чотири технології розвиваються найбільш інтенсивно. При цьому домінуючими серед них є нанотехнології [1].

Постійне зростання обсягів і розширення асортименту промислової продукції отриманої на основі різних NBIC-технологій, в свою чергу вимагає безвідкладного включення інформації про ці технології в навчальні плани і програми вузів і відповідні підручники і навчальні посібники питань, пов'язаних із розкриттям суті та особливостей названих технологій, характеристикою їх асортименту, властивостей, рівня якості та безпечності готової продукції.

З іншого боку, не менш важливими є питання формування та обґрунтування ключових професійних компетентностей, якими повинні володіти фахівці різного профілю, підготовка яких ведеться у вузах.

В даній роботі ми обмежимось тільки розглядом тих питань, які пов'язані з формуванням ключових професійних компетентностей фахівців товарознавчого профілю, діяльність яких пов'язана із нанотехнологіями виробництва та збуту нанотекстилю та одягу. Необхідність вирішення цих питань обумовлена низкою причин, а саме [1, 2, 3]:

– стрімким ростом обсягів виробництва і розширення асортименту текстильних наноматеріалів і виробів різного цільового призначення і обмеженістю інформації про їх ключові переваги і недоліки;

– відсутністю у навчальних фахових виданнях (особливо у підручниках із текстильного товарознавства та матеріалознавства) не тільки необхідної інформації про асортимент, властивості нанотекстилю, але й про перелік ключових професійних компетентностей, якими повинні володіти фахівці товарознавчого профілю сфери виробництва та збуту нанопродукції;

– відсутністю у фахових виданнях із текстильного товарознавства та матеріалознавства, які вивчаються у вузах сфери вітчизняної легкої промисловості та торгівлі при підготовці фахівців товарознавчого профілю, необхідної і обґрунтованої інформації про сутність і переваги впровадження у навчальний процес названих вузів компетентнісного підходу та контекстних форм навчання;

– практично відсутня в товарознавчих фахових виданнях потрібна фахівцям товарознавчого профілю інформація про багаторічний позитивний досвід широкого застосування названих підходів у зарубіжних вузах різного профілю.

Як свідчить аналіз літературних джерел [2, 3], в останні роки у багатьох економічно розвинутих країнах світу (особливо США, Японії, Німеччині, Англії та інших) створено не тільки різноманітні види текстильної наносировини (нановолокон і ниток, наноплівки, наноемульсії і нанодисперсії, та різноманітних видів допоміжних текстильних препаратів, але й широкий асортимент різних за призначенням текстильних матеріалів і виробів). Особливо це стосується текстильних наноматеріалів одягового, спортивного, медичного та спеціального призначення.

Тому представляється доцільним, поряд із описанням особливостей нанотехнологій виробництва названих груп наноматеріалів, детальної характеристики специфіки їх асортименту, властивостей рівня якості та безпечності, та обґрунтування сфер найбільш ефективного використання в цих же підручниках із текстильного товарознавства навести інформацію про перелік ключових професійних компетентностей, які будуть необхідними в практичній діяльності товарознавців сфери виробництва та торгівлі текстильними наноматеріалами та виробами різних способів виробництва та призначення. Такий підхід дозволить суттєво підвищити мотивацію вивчення товарознавчих дисциплін у вузах сфери легкої промисловості та торгівлі України.

Цілком зрозуміло, що виробництво нових видів нанотекстилю, отриманого за новими нанотехнологіями, обумовить потребу в постійному формуванні та обґрунтуванні нових компетентностей фахівцям, діяльність яких буде пов'язана із сферою виробництва та реалізації названої нанопродукції. Це в свою чергу обумовить потребу постійного оновлення підручників і інших нормативних документів, пов'язаних із навчальним процесом підготовки цих фахівців у вузах.

Як свідчить зарубіжний досвід, одним із радикальних шляхів реалізації компетентнісного підходу у навчальному процесі підготовки фахівців у вузах є використання контекстної форми навчання, в якій у найбільш повній формі моделюються реальні умови діяльності фахівців різного профілю. Так, наприклад, в процесі підготовки фахівців товарознавчого профілю у вузах однією із найбільш ефективних і популярних форм контекстного навчання є рішення в процесі їх навчання різноманітних вузів ситуаційних задач, які максимально пов'язані із практичною діяльністю названих фахівців.

#### **Список використаних джерел**

1. Галик І. С. Виробництво нанотехнологій для виробництва захисного текстильного одягу / І. С. Галик, Б. Д. Семак // Вісник Львівської комерційної академії. Серія товарознавча. – Львів, 2015, Вип. 15 – С. 11-16.

2. Галик І. С. Сучасні напрями формування асортименту нанотекстилю / І. С. Галик, Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. – 2015. – № 3. – С. 74-77.

3. Кричевський Г. Е. Нано-био-, химические технологии в производстве нового поколения волокон, текстиля и одежды. Монография / Г. Е. Кричевский. – М.: "Известия", 2011. – 528 с.

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ТА ГРУПУВАННЯ ДРУКАРСЬКОГО ПАПЕРУ

Останнім часом все більше уваги приділяється питанням асортименту та якості офісного паперу, потреба в якому та відповідно і вимоги до його якості зростають. За останні роки асортимент паперу для друку зазнав суттєвих змін. Це пов'язано з модифікацією способів друкування, використанням сучасного поліграфічного обладнання та новими вимогами до властивостей друкованої продукції. Відсутність науково обґрунтованої класифікації значною мірою обмежує можливості широкого вивчення властивостей нових видів паперу, ускладнює встановлення логічного взаємозв'язку між окремими групами й видами [1]. Особливо актуальною ця проблема стала з появою на ринку України різноманітного асортименту матеріалів для друкування поліграфічної продукції зарубіжного виробництва [2]. Саме тому мета роботи – аналіз існуючої класифікації паперу для друку та її удосконалення.

Відповідно до класифікації, яка застосовується в целюлознопаперовій промисловості, папір традиційно поділяють за призначенням на 9 груп: папір для друку; оздоблювальний; для писання, креслення та малювання; електротехнічний; пакувальний та обгортковий; світлочутливий; для виготовлення цигарок і сигарет; вбирний; технічно-промисловий папір різного призначення [3]. Кожна група об'єднує види паперу, які різняться між собою волокнистим складом, масою  $1 \text{ м}^2$ , кількістю наповнювача, ступенем проклеювання та іншими властивостями.

Папір для друку визначається як папір для друкування видавничої продукції, що включає такі види – газетний, типографський, тонкий типографський, офсетний, для глибокого друку, картографічний, документний, обкладничковий, етикетковий, титульний тощо [3]. Слабким місцем цієї класифікації, на нашу думку, є те, що види паперу визначені як за сферою застосування (газетний, етикетковий), так і за способом друку (офсетний, типографський). Критеріями визначення більшості видів паперу є ступінь проклеювання і зольність, а в деяких випадках склад та інші показники.

Переважає кількість зарубіжних виробників при визначенні виду паперу роблять акцент на волокнистий склад, а вже потім визначають деякі найбільш важливі показники. Наприклад, офсетний папір, згідно з вітчизняними стандартами, визначається як *проклесний середньозольний папір з обмеженою деформацією після зволоження*, а зарубіжні виробники – як *папір без поверхневого покриття*, який виготовлений з чисто целюлозного волокна або з вмістом деревної маси й характеризується високою стійкістю до деформації під впливом вологи [4]. Більшість зарубіжних виробників під терміном “папір для офсетного друку” розуміє також і крейдований папір, незважаючи на те, що офсетний виготовляється без поверхневого покриття.

Класифікації паперу для друку в різних країнах мають свої особливості. Основною відмінною ознакою паперу й картону є маса  $1 \text{ м}^2$ . Відповідно до державних стандартів, папір – це виріб із масою до  $250 \text{ г/м}^2$ , картон – вище  $250 \text{ г/м}^2$ . Разом з тим, за міжнародними стандартами більшості зарубіжних країн папером вважають виріб із масою до  $225 \text{ г/м}^2$ , а картоном – вище  $225 \text{ г/м}^2$ .

Значний вплив на поверхневі властивості паперу для друку має характер його поверхневого оздоблення, яке досягається застосуванням різних видів каландрів. Якщо поверхня виходить гладкою з обох боків, то такий папір називають папером машинної гладкості. Матовий папір проходить тільки машинне каландрування і найкраще задовольняє вимогам для друкування значних за обсягом тиражів. При необхідності папір додатково

обробляють на суперкаландрі (каландрований або суперкаландрований). Каландрування паперу впливає на зменшення ступеня його проклеювання та повітропроникності.

У світовій практиці розповсюджена класифікація паперу для друку залежно від виду продукції – газетний, книжково-журнальний, спеціальний, а також іноді додатково виділяють в окрему групу крейдований (пігментований) папір.

Особливе місце в асортименті сучасних видів паперу для друку займає група спеціального паперу, який включає папір документний, картографічний, офісний, самоклеїкий, самокопіювальний, для оформлення (форзацний, для обкладинок, декоративний), для реклами, банкнот, із водяними знаками, а також види паперу, що використовують для друку без друкарської форми, – для електрофотографії, термографії, іонографії тощо.

Важливе практичне значення для спеціалістів паперової промисловості й поліграфістів має розподіл паперу для друку залежно від технології, коли класифікаційними ознаками є фактори, від яких найбільше залежать основні властивості паперу конкретного призначення: склад за волокном, способи поверхневої обробки та оздоблення. Інколи необхідно знати співвідношення в папері целюлози й деревної маси або врахувати в ньому наявність макулатури. Залежно від виду поверхневої обробки й оздоблення друкарські та експлуатаційні властивості можуть суттєво відрізнятись.

За волокнистим складом папір поділяють на 4 групи: чистоцелюлозний; із вмістом деревної маси; із вмістом макулатури; із використанням недеревної сировини. Перший – це каландрований чистоцелюлозний (чи з невеликим вмістом деревної маси) папір із високим ступенем білості (86-97 %), масою 60-150 г/м<sup>2</sup>, який використовується для багатокольорових журналів, книг, високохудожніх каталогів, довідників та інших видань тривалого терміну служби.

За європейською класифікацією виділяють такі підвиди чистоцелюлозного бездеревного паперу (*Wood free*):

- WF/HWC (*Woodfree/Heavy Weight Coated*) – із двобічним тришаровим (трикратним) покриттям, матовий або з лиском;
- WF/MWC (*Woodfree/Medium Weight Coated*) – із двобічним двошаровим покриттям, матовий або з лиском;
- WF/MFC (*Woodfree/Machine Finished Coated*) – із двобічним одношаровим покриттям, машинної гладкості, матовий;
- WF/MF (*Woodfree/Machine Finished*) – без покриття, машинної гладкості.

Темпи зростання випуску паперу для друку із вмістом деревної маси в теперішній час дещо відстають від темпів зростання виробництва чистоцелюлозного паперу: питома вага такого паперу у Великій Британії становить лише 3 %, а у Франції – понад 70 % загального обсягу паперу для друку.

За європейською класифікацією виділяють такі підвиди паперу із вмістом деревної маси:

- SC (*Supercalandered*) – суперкаландрований (високосатинований) деревний папір марок: SCR (*Rotogravure*) – для глибокого друку; SCO (*Offset*) – офсетний; SC/S – спеціальний для друкування каталогів; SC Matt – матовий; SCA, SCA+, SCB і SCC – із поверхневим проклеюванням для офсетного друку;
- MFC (*Machine Finished Coated*) – із двобічним одношаровим покриттям, матовий, призначений для офсетного друку;
- FCO (*Film Coated Offset*) – із спеціальним покриттям, призначений для офсетного друку;
- ULWC (*Lightweight Coated*) – супернизькограматурний папір із покриттям, деревний, марки ULWCR – для глибокого друку і марки ULWCO – для офсетного друку, матовий з лиском;
- LWC – низькограматурний папір із покриттям, деревний, марки LWCO – для офсетного друку і марки LWCR – для глибокого друку, матовий або з лиском;

– MWC (Medium Weight Coated) – деревний папір із двохшаровим покриттям, матовий або з лиском для офсетного друку.

Користуючись цією класифікацією можна ідентифікувати більшість представлених на ринку видів і марок паперу для друку. Також кожен вид паперу може мати свої додаткові ознаки класифікації. Це стосується і офісного паперу, який за призначенням поділяють на папір для фіксування, розмноження, передачі та збереження інформації; за наявністю покриття – без нього та зі спеціальним покриттям. Зарубіжні виробники поділяють офісний папір на класи (A, B, C) та підкласи (A+, A++, B+, C+), при цьому основними критеріями поділу обрано білість, непрозорість, щільність та ціна. До класу “С” відносять економічний папір із мінімально необхідними параметрами білості (92–94 %) та непрозорості (не більше 89 %). Він популярний в Україні завдяки низькій оптовій ціні, призначений для великих обсягів копіювання та друкування документів із невисокими вимогами до якості. Цей папір не рекомендується використовувати для струменевих і кольорових принтерів.

Отже, на основі аналізу сучасного асортименту паперу визначені основні ознаки класифікації паперу для друку, серед яких найбільш важливими є – сфера застосування, спосіб друку, волокнистий склад, наявність покриттів, поверхневе оздоблення, маса 1 м<sup>2</sup> тощо. Потребує розроблення класифікація спеціальних друкарських видів паперу та паперу без друкарської форми. Подальший розвиток науки й техніки в напрямі поліпшення властивостей, пошук оптимальних варіантів систематизації товарної продукції можуть внести в розроблену класифікацію відповідні корективи.

#### **Список використаних джерел**

1. *Остеров И. А. Инновации технологии и печатные свойства бумаги / И. А. Остеров // Мир бумаги. – 2003. – № 2 – С. 26-29.*
2. *Державна підтримка українського експорту / Товари целюлознопаперової промисловості та друкована продукція. – Режим доступу : <http://www.uktexport.gov.ua>.*
3. *ДСТУ 2101–92. Папір. Терміни та визначення. – [Чинний від 1993– 07–01]. – К. : Держстандарт України, 1992. – 91 с.*
4. *Вильсон Деніел Дж. Основы офсетной печати / Дэннел Дж. Вильсон; пер. с англ. М. Бредиса. – М. : Принт-Медиа центр, 2005. – 232 с.*

**Коваль М. Н.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **РОЛЬ ТОВАРОЗНАВСТВА У СУДОВО-ТОВАРОЗНАВЧІЙ ЕКСПЕРТИЗІ**

Однією з найбільш важливих та поширених форм використання товарознавчих знань у кримінальному судочинстві є проведення попередніх та судово-експертних товарознавчих досліджень речових доказів, якими часто є товари народного споживання. Висновок експерта-товарознавця, під час проведення розслідування чи судовому розгляді кримінальних і цивільних справ виступає доказом у суді.

Одним з головних завдань товарознавчої експертизи є встановлення фактичних даних, що підтверджують або спростовують відповідність характеристик досліджуваних об'єктів товарного походження нормативним значенням, а також встановлення обставин, що зумовили зниження якості товарів, тобто фактичних даних, пов'язаних з недотриманням правил пакування, маркування, збереження, транспортування, розбракування та уцінки товарів. Аналогічні питання розглядаються судово-товарознавчою експертизою під час проведення розслідування чи судовому розгляді кримінальних і цивільних справ, що стосується речових доказів, які фігурують у судовій справі.

Закон України “Про судову експертизу” у ст. 1 визначає поняття судової експертизи як дослідження експертом на основі спеціальних знань матеріальних об'єктів, явищ і

процесів, які містять інформацію про обставини справи, що перебуває у провадженні органів дізнання, досудового та судового слідства [1].

Згідно з чинним законодавством України судова експертиза призначається у випадках, коли для вирішення певних питань при провадженні у справі потрібні наукові, технічні або інші спеціальні знання (ч. 1 ст. 75 КПК). До спеціальних знань належать будь-які знання та уміння об'єктивного характеру, отримані внаслідок вищої професійної підготовки, наукової діяльності, досвіду практичної роботи, що відповідають сучасному науково-практичному рівню. Порядок проведення судової експертизи регламентовано Законом України “Про судову експертизу”, Кримінальним процесуальним кодексом (статтями 75-77, 196-205, 310-312) і Цивільним процесуальним кодексом України (статті 57-61) [1, 3, 4].

При розслідуванні та судовому розгляді кримінальних і цивільних справ часто виникає необхідність у застосуванні спеціальних знань у галузі товарознавства, в тому числі і у формі товарознавчих експертиз. Такі експертизи здійснюються під час розслідуванні крадіжок майна, випуску недоброякісної продукції, контрабанди товарів, при розгляді судами цивільних справ, коли обставини справи обумовлюють необхідність дослідження споживчих властивостей продукції, товарів та сировини. Як джерела доказової інформації під час розгляду цих справ виступають товари народного споживання, сировина, напівфабрикати, тара, пакування. Експертне дослідження таких об'єктів дозволяє визначити: їх різноманітні параметри, суттєві ознаки, властивості, різні обставини, пов'язані з споживчими якостями; відповідність стандартам, технічним умовам, зразкам; спосіб фальсифікації вказаних об'єктів та шляхи попередження різних правопорушень.

Об'єктами дослідження під час проведення судово-товарознавчої експертизи є товари народного споживання, а також матеріали кримінальних та цивільних справ, у яких викладені товарні характеристики досліджуваних об'єктів та інша інформація про обставини зміни споживчих властивостей. До товарів народного споживання відносяться: непродовольчі товари – галантерейні, пушно-хутряні, електропобутові, текстильні, швейні, меблеві товари, взуття та інші; до продовольчих товарів – харчові жири, зерно-мучні, плодочовечіві, кондитерські, м'ясні, рибні, молочні та інші продовольчі товари, нафтопродукти, лісоматеріали, промислове обладнання, мінеральні добрива та інша продукція промислово-технічного призначення, а також різноманітні сировинні матеріали, допоміжних матеріалів, тари і пакувальних засобів, оскільки вони також є товарами.

З огляду на поділ у товарознавстві всіх споживчих товарів на дві великі групи (продовольчі та непродовольчі), та поділ їх, у свою чергу, на підгрупи (наприклад, для товарів непродовольчої групи: одягові, взуттєві товари, електропобутові машини і прилади, текстильні товари та ін.), спеціальні знання судового експерта-товарознавця необхідно розглядати стосовно відповідної групи товарів, що і визначає його компетентність. Наведене вище означає, що експерт-товарознавець практично не може бути підготовлений до проведення судово-товарознавчих експертизи всіх товарних груп, а тільки до експертиз певних груп споживчих товарів. Це необхідно враховувати слідчому під час вибору експерта, якому доручається проведення конкретної судово-товарознавчої експертизи.

У зв'язку з широким асортиментом виготовлення вітчизняних та ввезених імпортованих товарів народного споживання, а також різної цінової інформацією на даний вид виробів, визначити первинну вартість без наявності об'єкта дослідження, або документації, що підтверджує вартість придбання об'єкта, не представляється можливим, через наявність безлічі факторів, що впливають на ціноутворення готової продукції, наприклад: відповідність якості матеріалу, виконаного пошиття, відповідності фасону (моделі) напрямку моди, а також відповідності етикетки, розташованого на виробі (предмет), оригінальної торгової марки виробника і ін. Факторами, які знижують якість об'єкта оцінки можуть бути: фізичний, моральний, пасивний знос, а також дефекти, які знижують споживчі властивості об'єктів [2].

Також судово-товарознавча експертиза проводиться у випадках розподілу майна, крадіжках, псування майна під час стихійного лиха (пожар, повінь, ураган), дорожньо-транспортних пригод та інших факторів при яких необхідно встановлювати первинну або залишкову вартість. Під час визначення вартості майна або залишковою вартістю з урахуванням зносу експерт використовує якісні показники досліджуваного об'єкта, часовий фактор експлуатації і середньорічний норматив зносу (майна) товару.

Отже, товарознавча експертиза допомагає вирішити широке коло питань: визначити якість виробів, фактори, що забезпечують збереження продукції, обставини, що спричиняють зниження якості товарів. Поряд з ними, у судових провадженнях, експерт-товарознавець нерідко вирішує питання щодо належності окремих частин виробу єдиному цілому, встановлення підприємства-виробника, способу виготовлення, що являється компетенцією судово-товарознавчої експертизи.

#### *Список використаних джерел*

1. Закон України "Про судову експертизу" // *Відомості Верховної Ради України*, 1994 р., № 28, ст. 232; 2005 р., № 1, ст. 14.
2. Закон України "Про захист прав споживачів" // *Відомості Верховної Ради України*, 1991 р., № 30, ст.379; 2006 р., № 7, ст. 84.
3. *Кримінальний процесуальний кодекс України від 19 листопада 2012 р. : (офіц. текст).* – К. : ПАЛИВОДА А.В., 2012. – 382 с.
4. *Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. № 1618-IV.*

**Коваль М. Н.**  
к.т.н., доцент,  
**Сапожник Д. І.**  
к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СПОСОБИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ТЕКСТИЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІД ЧАС ЇЇ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ**

На-сьогодні текстильні матеріали та вироби з них дуже різноманітні. Їх виготовляють майже в усіх країнах світу, де є текстильна промисловість. З огляду на те, що людство не може обійтися без виробів із текстильних матеріалів, сировину для них та готові вироби імпортує та експортує значна кількість країн. Технології виготовлення текстильних матеріалів постійно вдосконалюються і змінюються, а асортимент продукції розширюється.

У минулому столітті та на початку нинішнього компонентами для виготовлення текстильних матеріалів були волокна природного походження (вовна, шовк, льон, пенька, джут та ін.). У другій половині ХХ століття, завдяки розвитку хімії з'явилася велика група волокон – хімічні (синтетичні та штучні), які в багатьох матеріалах замінили природні волокна. Використання хімічних волокон обумовлено більш широким спектром їх властивостей у порівнянні з волокнами природного походження. Враховуючи те, які властивості повинен мати матеріал, виробник товару виготовляє однокомпонентний матеріал (використовується один вид волокон), дво-, три-, чотирьохкомпонентний матеріал та ін., із різним співвідношенням компонентів у матеріалі. Крім того, матеріали піддають різним видам обробки: фарбуванню, нанесенню малюнка, покриттю полімерними матеріалами та ін. На ціну товару впливають багато різних факторів, але основними з них є ціна за матеріал, з якого виготовлений товар, а також вид та кількість обробок цього матеріалу.

Питома вага текстильних матеріалів у переліку товарів, які переміщуються через митний кордон України в режимі "імпорт" досить велика. При митному контролі цих товарів часто виникають сумніви стосовно відповідності товару, що переміщується, даним, що заявлені у вантажній митній декларації. У більшості випадків такі сумніви підтверджуються після проведення досліджень товарів у службах з експертного забезпечення митних органів.

Дослідження текстильних матеріалів є багатоступеневим процесом і включає наступні методи: *візуальне дослідження* текстильних матеріалів (огляд неозброєним оком, дотик); *мікроскопічне дослідження* (на цьому етапі відрізняють природні волокна від хімічних, встановлюють вид більшої частини природних волокон, а також відрізняють частину штучних волокон від синтетичних, визначають вид переплетення та шаруватість текстильного матеріалу, наявність полімерного покриття та його пористість); *дослідження методом вогневої проби* (фіксуються характерні ознаки поведінки волокон у полум'ї); *дослідження методом якісних хімічних реакцій* (метод оснований на взаємодії волокон з різними хімічними реактивами); *дослідження спектрофотометричним методом на ІЧ-спектрофотометрі* (визначається вид полімерного матеріалу покриття або волоконотворюючої складової текстильного матеріалу); *гравіметричний метод* (визначення вмісту компонентів у текстильному матеріалі хімічним аналізом, розпусканням проби, або комбінацією цих двох методів) тощо. Тільки після проведення повного дослідження, спеціаліст у висновку дає відповіді на поставлені у запиті питання.

Вид текстильного матеріалу, його волокниста складова, вид та кількість обробок матеріалу – всі ці складові впливають на класифікацію товару за УКТЗЕД та на його митну вартість. В митному тарифі України текстильні матеріали та вироби з них розглядаються в групах 50-65 та в товарній підкатегорії 4304000000. Ставки мита в товарних підкатегоріях УКТЗЕД становлять від 0% до 12%. Деякі суб'єкти ЗЕД використовують такі розбіжності на свою користь, таким чином ухиляючись від сплати митних платежів, тобто фальсифікують дані про товар.

При дослідженні товару під назвою “Трикотажне вибивне полотно з коротким розрізаним ворсом, з хімічних синтетичних поліефірних волокон, у рулонах шириною 1450-1500мм» (заявлений код за УКТЗЕД 6001929000, ставка мита 8%) встановлено, що проби товару відносяться до “Фарбованих трикотажних полотен з коротким розрізаним ворсом з синтетичних поліефірних волокон” (встановлений код за УКТЗЕД 6001923000, а ставка мита та відповідно його митна вартість була збільшена).

Іноді товар, наданий на дослідження, за зовнішнім виглядом, повністю не відповідає даним про нього, заявленим у вантажній митній декларації. Так, за запитом митного органу, досліджувався товар під назвою “Волокно штапельне, синтетичне, із поліестеру, піддане кардо- та гребнечесанню та підготовці для прядіння” (заявлений код за УКТЗЕД 5506200000, ставка мита 4%). За результатами досліджень встановлено, що проби товару є “Вибивними та вибіленими поперечнов'язаними трикотажними полотнами з бавовни” (встановлений код за УКТЗЕД 6006240000, 6006210000 (в залежності від обробки – вибілені чи вибивні), ставка мита 8%) [1].

На класифікацію тканин впливає такий показник, як вид переплетення. Без спеціальних знань та приладної бази (мікроскоп, лупа), відрізнити один вид переплетення від іншого, майже неможливо. А різниця в ставках мита між тканинами з різними видами переплетення суттєва. Наприклад, товар під назвою “Тканина бавовняна, з вмістом бавовни 95%, еластомірних поліуретанових ниток 5%, з поверхневою щільністю 210+/-5% г/м<sup>2</sup>, фарбована, завширшки 142 см<sup>2</sup> (заявлений код за УКТЗЕД 5209390000, ставка мита 0%). За результатами досліджень встановлено, що проба товару є “Вибіленою тканиною поверхневою щільністю 256 г/м<sup>2</sup> саржевого переплетення (чотирьониткова саржа). Тканина виготовлена з бавовняних волокон 95,0 мас.% та синтетичних еластомірних ниток 5,0 мас.%” (встановлений код за УКТЗЕД 5209220000, ставка мита 5%).

Бувають випадки, що поки наданий на дослідження зразок (пробу) товару не розбереш на складові, та за допомогою приладів не встановиш будову цих складових, то візуально зразок (проба) повністю відповідає заявленому у вантажній митній декларації даним на товар. Наприклад, при дослідженні товару під назвою “Папір копіювальний не вуглецевий (рулонний матеріал на паперовій основі). Ліцензійна майстер-плівка у рулонах для використання у ризографах” (заявлений код за УКТЗЕД 4816900000, ставка мита 0%) встановлено, що зразки товару є “Нетканими матеріалами поверхневою щільністю 7-8 г/м<sup>2</sup> з

покриттям з однієї сторони прозорою полімерною поліефірною плівкою. Проби виготовлені з хімічних волокон (встановлений код за УКТЗЕД 5603111000, ставка мита 4,3%) та розплинних луб'яних волокон (встановлений код за УКТЗЕД 5603911000, ставка мита 4,3%)”.

Таким чином, проведення досліджень службами з експертного забезпечення митних органів є однією з додаткових форм митного контролю, яка дозволяє митним органам уникнути невірної класифікації товарів за УКТЗЕД і, завдяки цьому, попередити недобір сплати митних платежів до Державного бюджету України.

#### *Список використаних джерел*

1. Випадки фальсифікації текстильної продукції, виявлені при митному контролі // Прес-служба АМБУ. – Січень 20, 2017 р.

**Сапожник Д. І.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ВОГНЕСТІЙКИХ ТЕКСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**

Текстильні матеріали (ТМ) досить широко застосовуються у всіх галузях господарства, однак поряд з перевагами вони характеризуються підвищеною пожежною небезпечкою. Зважаючи на складність і багатогранність проблеми забезпечення вогнезахисту ТМ без втрати ними функціональних властивостей, актуальним є обґрунтування вимог пожежної безпеки для вибору необхідного і достатнього ефективного способу і засобів вогнезахисту та їх контролю урахуванням призначення ТМ. Основне завдання, поставлене при створенні ТМ спеціального призначення, це поєднання властивостей вихідної сировини, параметрів будови тканини і технології її виготовлення [1].

Для зниження пожежної небезпеки текстильних матеріалів використовуються сповільнювачі горіння різного складу – неорганічні і органічні речовини, серед яких переважають галоген- і фосформістки з'єднання.

Також способом зниження горючості синтетичних волоконотворюючих полімерів є використання стабілізаторів інертних сповільнювачів горіння (СГ). Застосування СГ є найбільш поширеним і ефективним способом зниження горючості ТМ. СГ адитивного типу цікаві для розробників волокон і тканин зниженої горючості тим, що їх застосування не обов'язково безпосередньо пов'язано з виробництвом полімерів. Такі добавки механічно поєднуються з полімерним субстратом. Однак вони здатні екстрагуватися водою або миючими засобами, схильні до міграції, вимиванню з ТМ під час прання готових виробів [2]. В процесі старіння горючість таких волокон і тканин зростає. СГ такого типу більшою мірою впливають на фізико-хімічні властивості і термостабільність одержуваних волокон і тканин

Огляд доступних інформаційних джерел показав, що оцінювання вогнестійкості ТМ здійснюють кількома методами, серед яких найбільш поширені: 1) визначення займистості і швидкості поширення полум'я; 2) визначення кисневого індексу; 3) калориметричні визначення; 4) дослідження процесів, що протікають в ТМ при високих температурах; 5) аналіз диму і токсичних газів, що виділяються матеріалами при горінні; 6) визначення вогнетермозахисних властивостей текстильних матеріалів спеціального призначення [3, 4]. Така різноманітність методів випробувань пов'язана із широким асортиментом ТМ, які виготовляються та вимогами до них.

Серед інертних СГ провідне місце займають неорганічні речовини – оксиди, гідроксиди і солі металів, потім йдуть похідні кислот фосфору і галоген містки з'єднання [5]. Неорганічні СГ більш доступні і дешеві у порівнянні з органічними, не летючі і утворюють при розкладанні малотоксичні гази.

Незважаючи на ефективність перерахованих вище СГ, вони нестійкі в процесі експлуатації волокон і тканин. Бромовані дифеніли нестійкі до сухого чистнення, але завдяки обмеженій розчинності у воді більшість з них стійкі до прання. Багато з них схильні до екстракції з ПЕТФ волокна і тканини в процесі фарбування. Однак часто СГ пластифікують ПЕТФ волокно, знижуючи температуру його скловання. Для зниження горючості синтетичних волокон і тканин також застосовують вогнезахисні просочення і покриття. Така обробка призначена для зменшення ймовірності загоряння матеріалу при дії відкритого полум'я, зниження горючості матеріалу та токсичності продуктів горіння. Прикладом такої обробки є нанесення покриттів на основі фторкаучука. Ці матеріали призначені для використання в особливо жорстких умовах. Найчастіше використовують такий вид обробки, як просочування. Матеріали, апроетовані такими СГ у вигляді добавок, що вводяться в розплав ПЕТФ і ПА, менш стійкі до різних видів обробки (прання, хімістки), ніж їх аналоги з добавками. Після просочення подібними СГ матеріали піддають термообробці. В результаті СГ зазнають реакції поліконденсації або полімеризації, а їх розчинність в воді і органічних розчинниках зменшується.

Для надання вогнезахисних властивостей целюлозним матеріалами і тканинам із суміші целюлозних і синтетичних волокон використовуються наступні методи:

- 1) просочення тканин розчинами СГ (поверхнева обробка);
- 2) хімічне модифікування волокон і виробів з них;
- 3) введення СГ в розплав або формувальний розчин полімеру.

Вибір того чи іншого методу в кожному конкретному випадку визначається отриманням необхідного ступеня вогнезахисту і тим, наскільки міцно зберігаються вогнезахисні та фізико-механічні властивості волокон і тканин після багаторазових водних обробок (прання) [6].

Створенням одягу спеціального призначення, здатного надійно захищати від вибухів, вогню, забезпечувати теплоізоляцію, давно займаються в НД лабораторіях світу. Справедливо вважається, що при контакті з вогнем натуральні матеріали краще захищають людину, ніж сумішеві тканини, які майже моментально розплавляються, прилипають до тіла або обпалюють його. Сьогодні на зміну традиційним костюмам з вогнетривкими просоченнями, пошитими із брезентів прийшли нові, створені за сучасними технологіями з нових матеріалів. Саме створенню якісно нових матеріалів приділяється особлива увага в усьому світі. По-перше, створюються вогнетривкі і термостійкі бавовняні тканини зі спеціальними обробками. По-друге, розвивається виробництво тканин на основі синтетичних волокон, таких як арамід, у поєднанні з бавовною або вівською. По-третє, існують спеціальні матеріали для роботи при контакті з відкритим полум'ям.

Бавовна здавна зарекомендував себе як екологічно чистий, антистатичний натуральний матеріал. Тому не випадково саме на його основі відома у всьому світі англійська компанія Albright & Wilson UK Limited впровадила у виробництво технологію створення вогнестійких матеріалів – PROBAN. Розробкою засобів захисту від вогню з використанням різних технологій займається ще одна відома компанія – німецька SchuemerSecan. Нею створений матеріал Schuemer-SecanSecuro, що складається на 98% з важкозаймистого Schuemer-Secan бавовни і на 2% – з легких ниток Naptex. І все ж, при своїх численних плюсах, ці технології поступаються місцем створенню тканин на основі арамідних волокон (найважливішим результатом досліджень американського виробника DuPont стало створення матеріалу Kevlar на основі парарамідного волокна).

В Україні вимоги, які в повній мірі забезпечують пожежобезпечне використання ТМ, відсутні. Існуючі методи оцінки характеристик пожежної небезпеки часто не містять кількісних критеріїв і класифікації за ступенем пожежної небезпеки ТМ і ефективності використовуваних засобів вогнезахисту. Крім того, відсутній комплексний підхід до досліджень характеристик пожежної небезпеки, що враховує функціональне призначення ТМ. Тому окреслений напрям досліджень вважаємо практично обґрунтованим та актуальним.

#### Список використаних джерел

1. Моштары С. М. Особенности горения хлопчатобумажной ткани, пропитанной гидрокарбонатом цинка в качестве замедлителя пламени / Моштары С. М., Заньянчи М. А., Бахчи О. // Физика горения и взрыва. – 2005. – № 4. – С. 73-76.
2. Айзеиттейн Э. М. Ретроспективный анализ состояния текстильного сырья / Э. М. Айзеиттейн, В. Н. Ефремов, Р. Шнайдер // Химические волокна. – 2003. – № 1. – С. 3-10.
3. Коломейцева Э. А. Разработка и применение новых препаратов для огнезащитной и полудиффузиональной отделки технических тканей / Коломейцева Э. А., Сачков О. В., Сиротов Н. Г., Морыганов А. П. // Текстильная промышленность. – 2007. – № 8. – С. 22-24.
4. Сабирзянова Р. Н. Применение антипиренов для огнезащиты текстильных материалов / Р. Н. Сабирзянова, И. В. Красина // Вестник Казанского технологического университета. – 2012. – № 23. – С. 151.
5. Перепелкин К. Е. Горючесть текстиля, как одна из его важнейших характеристик / К. Е. Перепелкин // Лег. Пром. Бизнес Директор. – 2001. – № 8. – С. 36-37.
6. Sposcker Oliver. Comfort combinert with protection / Oliver Sposcker // Fire. – 2002. – Vol. 94. – N 1159. – P. 22.

**Терешкевич Н. А.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### СУЧАСНІ МЕМБРАННІ ТКАНИНИ В ОДЯГОВИХ ВИРОБАХ ДЛЯ АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ

Сучасні мембранні тканини для виробництва верхнього одягу для активного відпочинку здатні захищати від опадів та забезпечувати нормальні умови функціонування організму людини протягом тривалого періоду часу. Сьогодні на ринку одягових виробів існує низка запатентованих технологій, які дозволяють забезпечити їм задані властивості. Так, при виробництві верхнього одягу (курток) для гірського туризму, альпінізму, активного відпочинку широко застосовуються мембранні тканини. Саме такі тканини багатофункціональні, пристосовані до різних умов експлуатації. Перевагою при використанні мембранних тканин при виготовленні верхнього одягу є низка позитивних характеристик, серед яких, насамперед, непроникність вологи ззовні (водонепроникність) та одночасна повітропроникність. Для одержання мембранних тканин застосовують такі технології оброблення внутрішньої сторони: ламінування спеціальною плівкою із політетрафторетилену (PTFE) або поліуретану (PU); спеціальне просочування, яке утворює захисну плівку. Мембрани поділяють на порові, безпорові та комбіновані. Мембранні тканини складаються, переважно із двох або трьох шарів матеріалів, проте, деякі виробники представляють і 2,5 шари. У двошаровій тканині на виворітну сторону наноситься мембранна плівка. Для збереження функційних характеристик мембрани двошарові тканини мають підкладку. Тришарові мембранні тканини формуються із трьох елементів (тканини виробу, мембрани та трикотажної сітки), з'єднаних між собою ламінуванням. Традиційною вважається ламінована мембранна тканина Active Shell від Gore-Tex заснована на технології Gore Activent та призначена для одягу, який використовується при значних фізичних навантаженнях. Мембранні тканини Gore-Tex Pro Shell застосовують при пошитті верхнього одягу для альпінізму, екстремальних умов використання. Такі тканини характеризуються високими показниками зносостійкості, забезпечують максимальний захист від вологи та підтримують комфортні умови під одягового шару. “Розумні” тканини із гідрофільною мембраною Gelanots XP багатшарової структури володіють водовідштовхувальними властивостями та здатні забезпечити відведення вологи з під одягового простору. Технологія eVent забезпечує поєднання в мембранній тканині повітропроникності та водонепроникності. Дана властивість притаманна також мембранним тканинам NeoShell компанії Polartec, в яких NeoShell є мембраною із субмікронного поліуретанового волокна. Мембранна тканина Omni-Dry (Columbia), за даними виробника, є найлегшою (високомолекулярний поліетилен), порівняно з представленими на ринку, поряд з цим, володіє водонепроникністю як Gore-Tex

та пропускає повітря як eVent. Мембранні тканини DryQ (Mountain Hardwear) використовують при створенні пакету одягу для гірськолижного спорту та альпінізму (DryQ Elite), значного фізичного навантаження (DryQ Active) та для одягових виробів широкого кола споживачів. Технологія Scholler-Comfort-Temp передбачає використання спеціальних матеріалів (із воскових мікроклітин) на внутрішній стороні верхнього одягу, які регулюють мікроклімат під одягового простору. Підвищений рівень комфорту одягу для активних видів спорту забезпечують мембранні тканини з використанням технології Sympatex Transactive, а технологія Pontetorto Dryfast забезпечує тканинам антибактеріальний ефект. Використання нових технологій в мембранних тканинах дозволяє забезпечити оптимальні показники властивостей повітропроникності, водонепроникності, зносостійкості та застосовувати їх при пошитті верхнього одягу для активного відпочинку.

**Список використаних джерел**

1. Мембранні тканини : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.apex-tour.com.ua>.
2. Мембранні тканини: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.4sport.ua>.
3. Мембранні тканини : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://alexeyshev.livejournal.com>.

**Grzesiak E.**

Ph.D,

**Wozniak B.**

Director of the Institute of Leather Industry,

**Popovych N.**

Ph.D

Institute of Leather Industry, the Republic of Poland, Lodz

## THE ACTUAL ASPECTS OF THE SHOES MARKET

Modern shoes market is affected by consumer's needs as a part of local traditions, customs and historical memory in general. For example, such packaging labeling as "Made in Italy" – almost always causes positive associations and emotions by modern Ukrainian and Eastern European consumers, not so much from my own experience, but from the stories in the footwear market. In my country everyone knows that shoe products, made in Italy, are of high level of consumer properties and, high quality.

In our opinion, one of the compelling explanations of this phenomenon is that Italy even since the medieval merchants and artisans has acquired the status of a famous shoes manufacturer, which, in turn, made permanent a significant impact on the European footwear fashion and Europeans' needs in the shoes, and formed the traditions of professional "workshops" in all Europe. In particular, the system of professional seminars, which has functioned for centuries, Europe has been one of the major driving forces at the shoes market that has left a positive impact even today.

In contrast to Europe, the footwear market in the United States and Asia started to develop rapidly during the industrial revolution, when large-scale production were opened that had met the needs not only of a narrow circle of consumers but millions of people.

As the result of the mentioned market tendencies the modern structure of world footwear market has been formed: a small number of large-scale productions operate in the USA and Asia, and European Shoe industry generates a significant number of relatively small producers (the state of 10-15 employees) with average annual turnover between €1 million. For example, in Western Europe the footwear industry is a family businesses, which are connected by ties of kinship specialists who work from generation to generation, they serve specific traditions, regardless of the specific features and provide high quality shoes.

The global footwear industry in recent years has a steady grown and market analysts attribute various reasons. Most often the main of these reasons are the growth of world population, the desire of a growing number of consumers to conform to the trends of shoe fashion improving

the well-being of the population in many countries of the world; constant expansion of assortment of shoes due to the emergence of new materials and directions for use; a sharp increase in the availability of the shoes as goods in retail trade through online trade; the use of other sales (e.g., sale type 1+ 1=3) that lead to impulsive purchases, etc.

In this respect, long-term forecasts of market conditions are being developed in the coming years. For example, it is expected that the global footwear market in 2020 will be \$ 371,8 billion, and its share will reach 5.5 % of the total forecasted quantities of household goods in 2015-2020; in the past two years, global production of footwear remained stable at 23 billion pairs. Revenue in the global footwear market will reach \$ 107 710 million in 2018, and will grow annually by 2.8 % (2018-2021 CAGR – compound annual growth rate of investment over a period of time longer than one year.). The largest segment of the market remains leather shoes, where income is expected in to be \$52274 million in 2018, and the growth of consumers' expenses and incomes on shoes is to be \$159,61.

According to another forecast up to 2024 global footwear market will reach \$ 430 billion thanks to:

- new trends in design;
- the increase of the middle class discretionary spending;
- the expansion of the range of related products and the growth of Shoes Internet Trade;
- the growth of innovative concepts for the footwear production with the use of new materials such as genuine leather substitutes – alternative materials obtained from vegetables and fruits, mushrooms, leaves and bark of plants (palm trees, pineapple, banana), processing of natural silk products (sericin);
- the rapid growth in the use of 3D printing parts of shoes, which becomes the basis of the Shoe and allows producers to deal with previously insurmountable requirements to expand the palette of Shoe design and mass adoption of design products;
- in this case the market of casual shoes is steadily supported by classic trends, in particular, a significant proportion of women now prefer simple black classic medium heels shoes, which fit perfectly for almost any clothes.

The European footwear market in the last three years is considered stable. 2/3 of the total production of footwear in EU is concentrated in three countries: Italy, Spain, Portugal (Italy owns almost 50 % of the Shoe production in Europe, Spain and Portugal that occupy 12 % of the EU market shoes).

The modern European footwear industry is a significant number of small businesses that are located in different regions, and most major companies have moved to deep development of narrow market segments and niches, focusing on a narrower industrial specialization. This ensures a very high level of consumer properties of European footwear, which combines the quality of materials and workmanship, modern design and style of such shoes that are very popular in the EU and in the whole world.

During the first half of 2017 the EU countries exported footwear at € 20.56 billion, which provided a record growth(of 7.0 %) compared to the same period in 2016 that was 83.3 % of total exports of footwear and which are provided by 8 EU countries – Italy (€ 4.59 billion), Germany (€ 3.18 billion), Belgium (€ 2.97 billion), France (€ 1.58 billion), the Netherlands (€ 1.52 billion), Spain (€ 1.43 billion), Portugal (€ 0,96 billion), UK (€ 0,91 billion).

Analysis of the world footwear market allows us to understand its problems and prospects and, therefore, is relevant further studies on individual segments, such as purpose, materials, types, gender and age lines, and the like. Also promising, we believe market research in the system “problems-prospects”, a retrospective analysis and merchandising study the so-called leaders of the Shoe industry, with the aim of using their experience.

*The research work has been carried out within project: “Use of bamboo extract and fibres in the elements of leather, textile and combined leather and textile children's footwear” financed by the National Centre for Research and Development (Agreement No. LIDER/16/0091/L-8/16/NCBR/2017).*

### References

1. Global Industry Analysts, Inc. [Electronic resource]. – Access mode: [http://www.strategyr.com/MarketResearch/Footwear\\_Market\\_Trends.asp](http://www.strategyr.com/MarketResearch/Footwear_Market_Trends.asp).
2. Bednarczuk N. C. Merchandising aspects of the national footwear market: monograph / M. S. Bednarczuk – Lviv : Publishing house of Lviv commercial Academy, 2009. – 476 p.
3. Popovych N. I. Problems of the national shoes market / N. I. Popovych // Bulletin of Commodity Sciences; Lutsk National Technical University – Lutsk: publishing dept. LNTU, 2011. – p. 27-33.
4. Popovych N. I. New direction assortment development of athletic shoes / N. I. Popovych, M. S. Bednarczuk // Bulletin of Lviv Academy of Commerce – Lviv : publisher LCA, 2011. – issue 12. – p. 78-82. – (Commodity science issue).

**Михайлова Г. М.**

к.т.н., доцент,

**Осієвська В. В.**

к.т.н., доцент,

**Галько С. В.**

к.т.н., доцент

Київський національний торговельно-економічний університет

### ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ НАМАТРАЦНИКІВ

Матрац є важливою річчю для забезпечення здорового і комфортного сну кожної людини, а для продовження терміну його служби потрібно використовувати наматрачник. Це спеціальний аксесуар, що створює сприятливий мікроклімат сну, покращує характеристики матрацу, дозволяє об'єднати два односпальних матраци в один повноцінний, підвищує гігієнічність та подовжує термін використання матрацу. На сучасному ринку реалізується значна частка товарів неналежної якості, тому питання факторів формування якості наматрачників є актуальним в наш час.

Наматрачник відноситься до білизняних виробів. Нажаль, в ДСТУ 2027-92 “Вироби швейні й трикотажні. Терміни та визначення” не зазначається визначення цієї постільної речі, тому наведемо декілька визначень з інших літературних джерел.

Наматрачник – це додатковий захисний шар матраца з певними властивостями, який кладеться поверх нього. Це одна з найважливіших речей у догляді за матрацом, тому що він захищає матрац від скупчення пилу, бактерій та забруднення (у верхній частині) [1], або перина, кладеться поверх матрацу або сітки ліжка [2], або чохол на матрац, зі спеціальних матеріалів, або плоске простьобане покриття, що слугує захистом для матрацу [3].

Нашу думку про вплив основних факторів на формування якості наматрачників викладено на рис. 1.

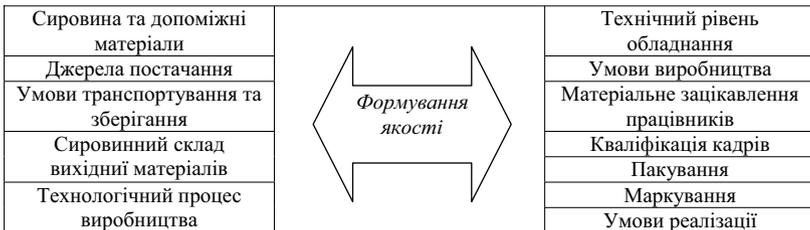


Рис. 1. Фактори формування якості наматрачників

Основними факторами формування якості наматрацників є матеріали, з яких вони виготовляються та якість їх виготовлення. Наматрацники мають три основні шари: матеріал верху, матеріал низу та наповнювач. Будова наматрацника наведена на рис. 2.



Рис. 2. Будова наматрацника

Для верхнього та нижнього шарів зазвичай застосовуються наступні матеріали: тканина бавовняна, тик бавовняний, бавовняне трикотажне полотно.

Для наповнювача використовують природні та хімічні волокна.

Зовнішній вигляд натуральних наповнювачів зображено на рис. 3.



Рис. 3. Структура натуральних наповнювачів наматрацників під мікроскопом

Вовна – тонка довга шерсть овець, що використовується в текстильній промисловості. Вовняні волокна складаються з білка типу кератину і мають властиву лускату поверхню. Вони еластичні, мають високу гігроскопічність (15% при відносній вологості повітря 65%), еластичність та повітропроникність [4]. Волокна схильні до валяння та алергічні.

Кокосова койра – це натуральний наповнювач для наматрацників, що виготовляється з волокон кокосового горіха переважно на Шрі-Ланці та в Індії. Для того, щоб отримати еластичний, стійкий до деформацій і повітропроникний наповнювач, волокно кокосової койри просочують натуральним латексом. Це дозволяє перетворити її в монолітний блок, який не кришиться і не розсіпається. Така кокосова койра має високу еластичність і довговічність. Використовується для виробництва ортопедичних наматрацників [5].

Бавовна являє собою тонкі, короткі, м'які пухнасті волокна, що кілька разів скручені навколо своєї осі. Для бавовни характерні відносно висока міцність, хімічна стійкість (волокно довгий час не руйнується під впливом води і світла), теплостійкість (130-140 °С), середня гігроскопічність (9% при відносній вологості повітря 65%), низька пружність та стійкість до витирання [4].

Зовнішній вигляд хімічних наповнювачів зображено на рис. 4.

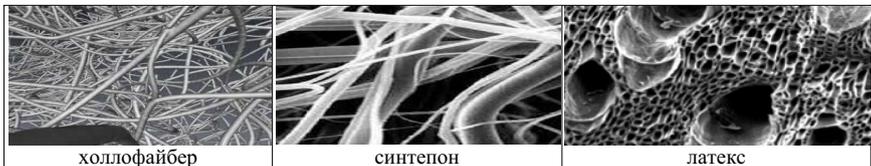


Рис. 4. Структура хімічних наповнювачів наматрацників під мікроскопом

Холлофайбер – це синтетичний нетканний матеріал, що складається з порожнистих, спіралеподібних волокон, які утворюють велику кількість повітряних порожнин. Для нього характерними є висока повітропроникність, пружність, зносостійкість та легкість. Основним недоліком холлофайберу є його низька гіроскопічність (1%) [6].

Синтепон – синтетичне поліефірне волокно, що використовується в основному як утеплювач для одягу і наповнювач для предметів побуту. Синтепон швидко втрачає форму та збивається, навіть якщо ретельно простибаний, має низьку гіроскопічність (до 1%). До його основних переваг можна віднести легкість та високу повітропроникність [7].

Латекс є екологічно чистим і безпечним матеріалом. Оскільки він має гіпоалергенні властивості, його рекомендують людям, схильним до алергій. Має губчасту структуру, завдяки чому матрацик з таким наповнювачем добре пропускає повітря і швидко випаровує вологу. Завдяки бактерцидним властивостям латекс не є середовищем для розвитку мікроорганізмів. Пориста структура латексу в матрацику не нагрівається в жаркі дні, водночас добре зберігає тепло взимку [9].

На формування якості матрациків значний вплив має матеріал чохла, тобто матеріал верху та низу. Він має бути міцним, стійким до витирання, мати високі гігієнічні властивості, бути прємним на дотик. Ці вимоги задовольняє бавовняний тик, оскільки це цупка бавовняна тканина саржевого переплетення. Вона широко використовується при виробництві матрациків, матраців, меблевих чохлав тощо. Бавовняна тканина та бавовняне трикотажне полотно також широко використовуються при виробництві матрациків, проте вони є не такими міцними та зносостійкими, але значно м'якші та прємніші на дотик.

Важливим показником якості матрацика є метод його кріплення до матрацу, адже він не повинен ковзати чи зминатись. Виготовляються натяжні матрацики зі стрейч-трикотажу, вони закривають весь матрац не лише зверху, але й з боків. Він надійно тримається не зминається та не ковзає. Матрацики на кутових еластичних фіксаторах, підходять для матраців будь-якої товщини, і закріплюються на кутках. Матрацик-чохол одягається повністю на матрац, закриваючи його з усіх сторін, та застібається на блискавку.

Таким чином, однозначно можна стверджувати, що на рівень якості матрациків впливають наступні фактори, як: сировина, технологічний процес виробництва, пакування, маркування, умови зберігання та транспортування; умови реалізації та експлуатації.

#### Список використаних джерел

1. Філатова О. Ю. Що таке матрацик і як його вибрати / О. Ю. Філатова // *Обозреватель*. – 2014 : [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/ukr/mir-zdorovogo-sna-ot-veneto/26791-scho-take-matratsnik-i-yak-jogo-vibrati.htm>.
2. Пугачев И. А. Товарный словарь VI том / Пугачев И. А. – М. : Государственное издательство торговой литературы , 1959. – С. 48
3. Матрацик: навійцо він потрібний і як його вибрати? [Електронний ресурс] : *Child Temperament / Електрон. текст. дані* / С. В. Федорова – Київ : 2015. – Режим доступу: <http://childtemperament.org/nashdet/114-matratsnik-navishho-vin-potribnij-i-yak-jogo-vibrati>.
4. Пугачевський Г. Ф. Товарознавство непродовольчих товарів. Частина I. Текстильне товарознавство / Г. Ф. Пугачевський, Б. Д. Семак – К.: НМЦ “Укопосвіта”, 1999. – 595 с.
5. Зрезарцев О. К. Товарознавство сировини та матеріалів / О. К. Зрезарцев – Львів : Вид-во Нац. ун-ту “Львів. Політехніка”, 2010. – 320 с.
6. Утеплитель “Холлофайбер” [Електронний ресурс] : *Покупай онлайн / Електрон. текст. дані* / Н. Б. Устьян – Київ : 2014. – Режим доступу: <http://buonline.co.ua/article/uteplitel-xollofajber/http://buonline.co.ua/article/uteplitel-xollofajber/>.
7. Свойства синтепона [Електронний ресурс] : *Винил Текс / Електрон. текст. дані* / В. А. Громушкіна – Київ : 2014. – Режим доступу: <http://oblavka.ru/blog/svoystva-sinterona-2.html>.
8. Силікон-утеплювач ХІ століття [Електронний ресурс] : *Fashion Boutique / Електрон. текст. дані* / О. В. Осадчий – Київ : 2016. – Режим доступу: <http://collections.net.ua/silikon-uteplitel-21-veka>.
9. Виробництво – латекс [Електронний ресурс] : *Техічна енциклопедія TechTrend / Електрон. текст. дані* / А. Б. Бережна – Київ : 2015. – Режим доступу: <http://techtrend.com.ua/index.php?newsid=23145>.

Пушкар Г. О.

к.т.н.,

Семак Б. Д.

д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ФОРМУВАННЯ КЛЮЧОВИХ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ТОВАРОЗНАВЦІВ ІНТЕР'ЄРНОГО ТЕКСТИЛЮ**

Відомо, що постійне розширення останніми роками асортименту інтер'єрного текстилю різних способів виробництва та цільового призначення обумовило необхідність формування в Україні, як і в багатьох економічно розвинутих країнах світу, окремого спеціалізованого сегменту ринку названої групи текстилю. Створення та успішний розвиток такого ринку в Україні диктується низкою причин. Назвемо основні з них:

- постійний ріст будівництва приміщень житлового, адміністративного та культурно-побутового призначення вимагає їх відповідного художньо-естетичного оформлення з використанням різноманітних видів інтер'єрного текстилю;

- без інтер'єрного текстилю не обійтися і при оформленні приміщень готельно-ресторанного господарства та різних видів транспорту (залізничного, морського, річкового, авіаційного);

- окремі види інтер'єрного текстилю використовують і для потреб армії, флоту та інших відомств.

Для асортиментного забезпечення вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю широко використовуються текстильні матеріали і вироби різних способів виробництва (килимового, тканого, нетканого, трикотажного та інших), волокнистого складу та будови не тільки вітчизняних, але й зарубіжних підприємств, фірм та компаній. Варто зазначити, що формування оптимальності структури асортименту інтер'єрного текстилю на даному ринку, оцінкою його якості та безпеки повинні займатися висококваліфіковані фахівці конкретного товарознавчого профілю, які володіють необхідними ключовими професійними компетентностями.

Для підготовки таких фахівців у вузах і коледжах сфери торгівлі та легкої промисловості України потрібні не тільки сучасні підручники та навчальні посібники із товарознавства інтер'єрного текстилю, але й поглиблені комплексні технологічні та товарознавчі дослідження, націлені на оптимізацію асортименту, підвищення якості та безпеки окремих груп інтер'єрного текстилю, а також подальшого вдосконалення існуючої системи підготовки фахівців товарознавчого профілю для названого сегменту ринку.

В даній роботі ми обмежимося формуванням та обґрунтуванням переліку ключових професійних компетентностей товарознавців для потреб вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю з метою їх детального розгляду в сучасних підручниках і навчальних посібниках із товарознавства інтер'єрного текстилю, а також широкого використання в навчальному процесі при підготовці названих фахівців.

Враховуючи специфіку виробництва, умови експлуатації та вимоги до якості й безпеки текстильних матеріалів і виробів різного інтер'єрного призначення, вважаємо за доцільне розробити та обґрунтувати перелік основних (ключових) професійних компетентностей для товарознавців, які у своїй практичній діяльності будуть користуватися компетентностями, пов'язаними із реалізацією у сфері торгівлі чи збутом у сфері легкої промисловості конкретних груп і видів інтер'єрного текстилю [1].

В таблиці для прикладу наведено перелік ключових професійних компетентностей для товарознавців, діяльність яких може бути пов'язана із збутом чи торгівлею килимів і килимових виробів.

**Ключові професійні компетентності товарознавців килимів і килимових виробів**

№ з/п	Назва компетентності
1	Вміння визначити цільове призначення килиму чи килимового виробу (для покриття підлоги, для оздоблення стін та інші).
2	Вміння визначити спосіб виробництва килиму чи килимового виробу (килимий, тканий, нетканий, трикотажний).
3	Вміння визначити особливості будови килиму та килимового виробу (волокнистий склад, вид переплетення, фактуру поверхні та інші).
4	Вміння розрізняти та характеризувати основні способи оздоблення килимів і килимових виробів (гладкофарбованих, друкованих, строкатотканих чи строкатов'язаних, меланжевих та інших).
5	Вміння характеризувати особливості будови та оздоблення килимів ручного та машинного виробництва.
6	Вміння давати характеристику особливостей будови, оздоблення та властивостей найбільш популярних видів килимів ручної роботи.
7	Знати особливості маркування килимів і килимових виробів вітчизняного та зарубіжного виробництва, які домінують на ринках України.
8	Знати особливості догляду в умовах експлуатації килимів вітчизняного та зарубіжного виробництва
9	Знати терміни та визначення основних понять, що стосуються килимів і килимових виробів, що використовуються для покриття підлоги, оздоблення стін.

В даній роботі нами сформульовані основні професійні компетентності тільки для однієї з груп інтер'єрного текстилю (килимів і килимових виробів). Аналогічний підхід зберігається і для формування компетентностей інших груп інтер'єрного текстилю (матеріалів і виробів для оздоблення вікон і дверей, матеріалів для оббивання меблів, а також матеріалів і виробів для столової та постільної білизни).

Враховуючи зарубіжний досвід широкого використання компетентнісного підходу в процесі підготовки фахівців різного профілю у вузах і коледжах, вважаємо за доцільне сформульовані нами компетентності щодо фахівців інтер'єрного текстилю доповнити, конкретизувати і детально описати у відповідних підручниках і навчальних посібниках із текстильного матеріалознавства та товарознавства, а також у відповідних освітніх та галузевих стандартах [2, 3]. Відсутність цієї інформації у названих підручниках і стандартах негативно впливає на якість підготовки фахівців ринкового профілю у вузах і коледжах сфери легкої промисловості та торгівлі України.

**Список використаних джерел**

1. Пушкар Г. О. *Інтер'єрний текстиль: товарознавчі аспекти формування асортименту та якості: монографія* / Г. О. Пушкар. – Львів : “Магнолія 2006”, 2013. – 176 с.
2. Овчарук О. В. *Особливості запровадження компетентнісного підходу: досвід України та країн Європи* / О. В. Овчарук // *Інформаційні технології в світі*. – 2009. – № 4. – С. 218-225.
3. Галик І. С. *Компетентнісний підхід – основа професійної підготовки товарознавців у вищих навчальних закладах* / І. С. Галик, Б. Д. Семак // *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки*. – Львів : Видавництво ЛТНУ, 2017. – № 18. – С. 16-21.

**Сумська О. П.**  
к.т.н., доцент  
Херсонський національний технічний університет,  
**Фіранська М. А.**  
директор  
ТОВ “Скловолокно”, м. Мерефа

## **ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД ДО СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В УМОВАХ ТОВ “СКЛОВОЛОКНО”, МЕРЕФА, УКРАЇНА**

В організації, що успішно функціонує, ідентифікуються і визначаються багато процесів, пов'язаних між собою. Систематичне значення процесів і особливо їх взаємодій в організації та керування визначено як “процесний підхід” (п. 2.4 стандарту ДСТУ ISO 9000:2007). Входи і виходи процесів визначаються і вимірюються. Визначаються споживачі кожного процесу, ідентифікуються їхні потреби, вимірюється їх задоволеність. Встановлюється взаємодія всіх процесів з функціями організації.

Значну роль відіграє моніторинг задоволення всіх суб'єктів, інформації щодо потреб і очікувань. Ця оцінка матеріалізується через результати – виходи (output). Цей термін означає результати властивостей та характеристик запропонованої продукції та явні ефекти, наприклад, зростання довіри до фірми, що пропонує продукцію на ринку. Отже, процесний підхід полягає в тому, що організація:

- розглядає свою діяльність з точки зору споживача;
- перетворює вимоги споживача до продукції у конкретні її характеристики;
- ідентифікує ключові процеси, які впливають на якість продукції, послуги;
- визначає взаємозв'язок та взаємодію між ключовими процесами;
- описує процеси через систему показників процесів;
- виділяє ресурси для здійснення процесів;
- визначає відповідальних за процеси;
- розробляє методики вимірювання показників процесів;
- здійснює моніторинг за процесами (їх показниками);
- аналізує встановлені невідповідності під час протікання процесів;
- здійснює коригувальні та запобіжні заходи;
- проводить постійне удосконалення процесів;
- реєструє результати моніторингу та удосконалення процесів.

Перевагою процесного підходу є забезпечуваний ним безперервний контроль над зв'язками окремих процесів у межах системи управління якістю [1].

Слід відзначити, що впровадження послідовності етапів створення на підприємстві системи менеджменту якості, базуючись на процесному підході, та забезпечення її ефективного функціонування на основі концепції постійного поліпшення є актуальним на сучасному рівні розвитку економіки України.

Предметом дослідження були відносини, що формуються в процесі управління, забезпечення й поліпшення якості продукції в рамках системи менеджменту якості ТОВ “Скловолокно”, м. Мерефа, Україна.

Світовий ринок скловолокна на сьогодні оцінюється в \$ 19 млрд, в США обсяг попиту складає \$ 7 млрд. У Китаї реалізується державна програма по його розвитку і підтримці, і в даний час його річне виробництво наближається до 1 млн т [2].

Потенційні можливості для розвитку галузі і окремих виробництв є і в Україні (широкий асортимент склотовкна випускає ТОВ “Скловолокно”, м. Мерефа, Харківська обл.). У технології виробництва конструкційних тканин передбачена обов'язкова технологічна операція – емульсування, але при формуванні тканини існує проблема ідентифікації виду емульсії на нитці.

За результатами виконаної науково-дослідної роботи і рекомендаціями, в умовах ТОВ “Скловолокно” прийнято для ідентифікації замаслювачів № 80 на основі парафіну і № 14 на основі емульсолів ТУВ-95 було запропоновано аналітичний (визначення рН водної витяжки), одорометричний і спектрофотометричний методи.

При використанні аналітичного методу підлягають аналізу водні витяжки (модуль ванн 10) із емульсованих ниток. Проводиться контроль їх рН: середовище водної витяжки з ниток, оброблених складом № 80 повинно мати нейтральну реакцію – рН 7, а середовище водної витяжки з ниток, оброблених складом № 14 – кислу реакцію – рН 5.

При застосуванні одорометричного способу визначається наявність або відсутність запаху і виявляється його інтенсивність за п’ятибальною шкалою (Райт Р. Х.): склад № 80 має оцінку 4 бала – запах сильний, склад № 14 – оцінку 0 – запах відсутній.

Для контрольної експертизи і здійснення інструментального методу аналізу прийнято застосовувати результати з наукових досліджень, що наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Спектральні характеристики склониток, оброблених емульсіями**

Номер емульсії	Координати кольору			Індекс білизни	Індекс жовтязни
	X	Y	Z		
80	65,294	66,832	75,810	55,224	4,546
14	69,244	70,860	81,290	62,377	3,210

В умовах ТОВ “Скловолокно” впроваджено методи ідентифікації виду емульсії на склонитці, які розроблено в Херсонському національному технічному університеті, для здійснення контролю скловолокна, як напівфабрикату при формуванні склотканини для ефективного проведення технологічного процесу і відвертання та попередження дефектів готової продукції.

Таким чином, доведено, що в умовах ТОВ “Скловолокно” послідовність етапів створення на підприємстві системи менеджменту якості, базуючись на процесному підході дозволяє управляти та керувати діяльністю організації стосовно якості на всіх етапах життєвого циклу виробничого процесу.

**Список використаних джерел**

1. Білецький Е. В., Янушкевич Д. А., Шайхлісламов З. Р. Управління якістю продукції та послуг. Навчальний посібник. Харків: Харків. торгов.-економ. інститут КНТЕУ, ХТЕІ, 2015.– 222 с.
2. INFO-MAIN. Исследовательская группа. Обзор рынка стекловолокна и изделий из него. URL: [http://www.marketing-services.ru/imgs/goods/914/rynok\\_steklovol.pdf](http://www.marketing-services.ru/imgs/goods/914/rynok_steklovol.pdf) (дата звернення: 29.03.2018).

**Шумський О. В.**

к.т.н., доцент,

**Беднарчук М. С.**

к.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

**“ІНФОРМАТИЗАЦІЯ” ЯК ЗМІСТОВИЙ НАПРЯМ “МОДЕРНІЗАЦІЇ” СУЧАСНОЇ ТОВАРОЗНАВЧОЇ НАУКИ**

Виходячи із суто суб’єктивної причини – волонтаристської необгрунтованої “заміни” напрямку підготовки “Товарознавство і торговельне підприємництво” на рівні бакалавра і відповідних спеціальностей магістратури – на нову спеціальність “Підприємництво, торгівля і біржова діяльність” нами було обгрунтовано необхідність термінової “модернізації” чи “осучаснення” теоретичного і практичного товарознавства [1]. Суть “модернізації”, на нашу думку, має полягати, насамперед, у розширенні об’єкту і предмету науки “товарознавство” та розробці низки інноваційних навчальних дисциплін для ефективної підготовки фахівців у галузях торгівлі і сфери послуг, конкурентоспроможних на сучасному ринку праці [1].

У цьому сенсі вважаємо доцільним виокремлення 3-х змістових напрямів модернізації товарознавчої науки, для яких, не претендуючи на довершеність і остаточність формулювань, пропонуємо такі робочі назви, як *технологізація, комерціалізація та інформатизація*. Напрямок *“інформатизація”* нами визначено на підставі розширення об’єкту товарознавства за рахунок включення до нього актуального, з ринкового погляду, *нематеріального активу* – “інформації”.

Зауважимо, що означений напрям був нами частково реалізований, зокрема, у навчальній дисципліні “Товарна інформація”, котра дещо незрозумілим чином “вилучена” з усіх найновіших навчальних планів товарознавчих спеціальностей для підготовки фахівців на вищому освітньому рівні. В той же час, результати наших власних тривалих досліджень [2, 3] переконливо свідчать на користь виняткової вагомості поняття/явища “інформація” у контексті інформаційних систем і технологій стосовно більшості аспектів і наукової, і практичної діяльності на сучасному ринку товарів і послуг. З погляду явища “інформатизації економіки” – процесу перетворення інформації в економічні ресурси першочергового значення, остання прирівнюється до таких важливих її видів, як матеріали, енергія та фінанси. Крім того, інформація пропонує нові методи і засоби підвищення ефективності багатьох сфер управління, науки та виробництва, в т.ч., і товарознавчо-комерційної діяльності, на якісно новому, тобто найсучаснішому науково-технічному рівні [2].

Також добре відомо, що фундаментальним принципом функціонування Європейського співтовариства (ЄС) є ефективна і прозора інформаційна політика в усіх сферах його діяльності: політичній, громадській та економічній. Даний принцип передбачає, насамперед, необхідність наявності розвиненого інформаційного законодавства, максимальну насиченість і відкритість інформаційного простору, забезпечення користувачам достовірності, доступності і достатності отримуваних даних, відповідальність за порушення в галузі інформаційної діяльності у всіх галузях економіки, і в торгівлі, зокрема. Звідси, вкрай актуальними для України, на наш погляд, є не тільки наукові дослідження у сфері інформаційного забезпечення товарознавчо-комерційної діяльності, насамперед, щодо забезпечення споживачів якісною інформацією про товари, а також – формування відповідних знань, умінь та навичок як елементу компетенцій у фаховій діяльності товарознавця-комерсанта на сучасному динамічному і висококонкурентному ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Шумський О. В. *“Модернізація” товарознавства: об’єктивна потреба та вимушена необхідність / О. В. Шумський, М. С. Беднарчук // “Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції” : Матеріали щорічної наукової конференції професорсько-викладацького складу та аспірантів Львівського торговельно-економічного університету. – Львів, 11-12 травня 2017 року. – Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2017. – С 196-198.*
2. Шумський О. В. *Теоретичні аспекти інформаційного забезпечення товарів. – Вісник Львівської комерційної академії. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. – Вип. 12. – 82-87.*
3. Шумський О. В. *Наукове обґрунтування інформаційного забезпечення товарів : дис. канд. техн. наук. / Шумський О. В. – Львів. : Львівська комерційна академія, 2015. – 222 с.*

**Гушак О. М.**

к.т.н., викладач

Львівський інститут економіки і туризму,

**Галик І. С.**

к.т.н., професор,

**Семак Б. Д.**

д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ВПРОВАДЖЕННЯ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ В НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ВУЗІВ УКРАЇНИ**

Як відомо, у ХХІ столітті компетентнісний підхід відіграє важливу роль у перебудові навчального процесу у вищій школі багатьох країн світу. Його впровадження в навчальний процес вузів стало основною методологією перебудови професійної підготовки фахівців

різних спеціальностей. Тому на основі аналізу наукових праць вітчизняних авторів опублікованих за останні роки [1-7], представляється доцільним:

- дати коротку інформацію про історію застосування компетентнісного підходу у вищій освіті окремих європейських країн;
- розкрити суть, переваги та недоліки названого підходу;
- обґрунтувати доцільність застосування зарубіжного досвіду перебудови навчального процесу на основі цього підходу у вузах України.

Зупинимось на більш детальному розгляді піднятих питань, акцентуючи основну увагу на пошук шляхів подальшого вдосконалення у вузах сфери торгівлі та легкої промисловості України підготовку фахівців товарознавчо-комерційного профілю. Однак, спочатку коротко зупинимось на історії розвитку компетентнісного підходу та його впровадження у систему підготовки фахівців у вищій освіті європейських країн [3, 5, 6].

Автори роботи [2] виділяють наступні три етапи становлення компетентнісного підходу у світовій освіті: перший (1960-1970 рр.), другий (1970-1990 рр.), третій (починаючи із 1990 рр.). При цьому на першому етапі відбувається становлення категорій “компетенція” і “компетентність” та доцільність їх розмежування; на другому – обґрунтування доцільності використання категорії компетентності у розвитку теорії та практики навчання, а на третьому – інтерпретація та обґрунтування доцільності впровадження названого підходу. Подібна інформація щодо етапів становлення компетентнісного підходу у зарубіжній освіті міститься і в інших роботах вітчизняних авторів [5, 6]. При цьому слід підкреслити, що початком створення компетентнісного підходу у світі вважаються 60-ті роки минулого століття, коли відомий американський вчений Noam Chomsky вперше обґрунтував доцільність використання поняття “компетентність” [7].

Значний внесок у становлення та розвиток компетентнісної освіти в Україні і обґрунтовані основних понять і термінів пов'язаних із використанням в навчальному процесі вузів внесли О. В. Овчарук, В. І. Луговий, Л. Л. Антонюк та інші [1, 2, 3, 5]. Саме в роботах названих авторів найбільш глибоко та всебічно висвітлено досвід європейських країн і США.

В роботах названих авторів [1-3] на основі узагальнення зарубіжного досвіду застосування у навчальному процесі компетентнісного підходу основну увагу приділено висвітленню наступних питань:

- обґрунтуванню сутності компетентнісного підходу та його ролі при підготовці фахівців у вищій школі;
- обґрунтуванню основних термінів і понять, що стосується формування загальних і професійних компетентностей фахівців різних спеціальностей;
- вибору та обґрунтуванню напрямків класифікації основних загальних і професійних компетентностей фахівців різного профілю.

Узагальнюючи зарубіжний досвід застосування в освіті компетентнісного підходу О. В. Овчарук підкреслює, що в нас існують всі підстави для використання у вітчизняній освіті даного підходу. При цьому першочергову увагу слід приділити визначенню та характеристиці наступних категорій [1]: компетентність загальна, професійна, загальнокультурна, предметна, соціальна, підприємницька, інтегральна.

В. І. Луговий [2], узагальнюючи зарубіжний досвід використання компетентнісного підходу, виокремлює основні його ідеї. Разом з тим, він підкреслює, що даний підхід не є принципово новим для вищої освіти, оскільки вона завжди орієнтована на набуття узагальнених способів діяльності. При цьому компетентність не представляється знанням, умінням, навичками. Вона їх вміщує, хоча не є їхньою сумою.

Л. Л. Антонюк, Н. В. Василькова та інші [3] на основі аналізу літературних джерел, поряд з досягненнями, розглядають деякі обмеження та недоліки компетентнісного підходу в освіті. В основному їх суть полягає в наступному: основною проблемою вищої освіти є визначення того, ким повинен бути справжній громадянин, що він має знати, якими якостями володіти. Однією із центральних якостей освіченого громадянина із цього підходу

вважається здатність до осмислення власного життя, усвідомлення себе частиною суспільства.

Разом з тим на думку цих авторів, існуючий компетентнісний підхід стосовно потреб вищої школи повинен бути суттєво поширений і доповнений. Враховуючи специфіку розвитку економіки окремих країн, ця специфіка повинна бути врахована у потребах розвитку вищої школи, вимоги до якої в окремих країнах ще відрізняються. Тому автори даної роботи розглянули специфіку вимог до вищої освіти в окремих країнах (Німеччині, Англії, Франції, Австрії, США та інших).

До недоліків компетентнісного підходу названі автори також відносять:

- при використанні даного підходу виникає потреба забезпечення більш тісного зв'язку між можливостями вищої школи та потребами ринку праці в окремих галузях господарства;

- компетентнісний підхід надто регламентований і обмежує ініціативу розвитку вузів.

С. В. Лісова на основі узагальнення зарубіжного досвіду використання компетентнісного підходу рекомендує [4]:

- створити в Україні нове покоління освітніх стандартів для вищої професійної освіти;

- здійснити корінну переробку навчальних програм профілюючих дисциплін для бакалаврів і магістрів різних спеціальностей;

- орієнтувати діяльність випускників вузів на різноманітність професійних і життєвих ситуацій;

- взяти за основу в навчальному процесі вузів міждисциплінарно-інтегровані вимоги до результату освітнього процесу;

- обґрунтувати відповідність переліку загальних і професійних компетентностей фахівців різних спеціальностей базових і профільних дисциплін, регламентованих для переліку випускників цих вузів.

Отже, широке застосування позитивного досвіду використання компетентнісного підходу у сфері вітчизняної освіти (особливо вищої) сприятиме швидкому усуненню ще існуючого відставання нашої освіти від зарубіжної у даному питанні. Більше того, це дозволить успішно інтегрувати досягнення вітчизняної освіти у світову систему.

#### **Список використаних джерел**

1. Овчарук О. В. *Особливості запровадження компетентнісного підходу: досвід України та країн Європи* / О. В. Овчарук // *Інформаційні технології в освіті*. – 2009. – № 4. – С. 218-225.
2. Луговий В. І. *Європейська концепція компетентнісного підходу у вищій школі та проблеми її реалізації в Україні* / В. І. Луговий // *Педагогіка і психологія: Науково-теоретичний та інформаційний журнал*. – 2000 – № 2. – С. 13-25.
3. *Компетентнісний підхід у вищій освіті: світовий досвід* / Л. Л. Антонюк, Н. В. Василькова, Д. О. Ільницький, В. І. Кулага та ін. – К.: КНЕУ, 2016. – 62 с.
4. Лісова С. В. *Компетентнісний підхід у вищій освіті: зарубіжний досвід. Професійна педагогічна освіта: компетентнісний підхід: монографія / за ред. О. А. Дубасенюк. – Житомир: Видавництво ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – С. 34-53.*
5. Лозвінова Я. *Обґрунтування сутності компетентнісного підходу в освіті у працях українських і зарубіжних учених* / Я. Лозвінова // *Порівняльно-педагогічні студії*, 2011. – № 3-4. – С. 48-55.
6. Клак І. С. *Теоретичні засади компетентнісного підходу в системі вищої професійної освіти* / І. С. Клак // *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. – 2015. – Вип. 124. – С. 32-34. – *Серія Педагогічні науки*.
7. Локшина О. І. *"Компетентнісна" ідея в освіті зарубіжжя: успіхи та проблеми реалізації* / О. І. Локшина // *Педагогіка та психологія*, 2014. – № 2. – С. 33-40.

## ПІДХОДИ ДО ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В СИСТЕМІ ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Захист прав споживачів в ЄС відбувається або в судовому або позасудовому порядку. Слід вказати, що розгляд індивідуальних справ про захист прав споживачів – це питання кожної держави – члена ЄС. Захист та процедура розгляду в суді відбувається відповідно до правил національного законодавства конкретної держави – члена ЄС. На рівні ЄС фактично нема справ у цій сфері, оскільки це не компетенція Суду ЄС. Суд ЄС тільки розв'язує питання тлумачення національних норм, прийнятих на основі вторинного законодавства ЄС. Як виняток, суд ЄС може розглядати справи про захист прав споживачів за колективними зверненнями [1].

Між іншим, як свідчить статистика, в ЄС громадяни надають перевагу саме колективному способу захисту своїх прав як споживачів.

Позасудовий захист прав споживачів в ЄС здійснюють через мережу європейських споживчих центрів (European Consumer Center Network), європейську позасудову мережу (alternative dispute resolution) та європейські організації захисту прав споживачів [1].

Європейські споживчі центри виконують такі основні функції:

- інформують споживачів про нові можливості, що виникають на внутрішньому ринку;
- консультують окремих осіб;
- надають консультації про позасудові шляхи;
- інформують про методи захисту за кордоном;
- співпрацюють один з одним;
- проводять порівняльні дослідження;
- надають інформацію Європейській комісії.

Позасудові методи захисту прав та інтересів споживачів: арбітраж (третейські суди); омбудсмен, mediaція або примирні органи.

Органи, які здійснюють позасудовий захист прав споживачів утворюються, як правило, при державних органах на загальному чи муніципальному рівні. В кожній державі обирають свій механізм позасудового захисту прав споживачів.

Принципи, на яких базується позасудовий захист:

- ефективність;
- прозорість;
- добросовісність;
- точність;
- безпристрасність;
- справедливість;
- незалежність;
- законність.

ММЗЗПС (ICPEN) – це всевітня мережа національних органів, мета якої – посилення та вдосконалення законодавства щодо захисту прав споживачів (окрім безпеки продукції та економічних нормативів фінансових закладів). Двічі на рік учасники мережі проводять збори, на яких обговорюють проблеми забезпечення прав споживачів, обмінюються інформацією та вдосконалюють співпрацю між країнами-учасницями. Для вдосконалення європейського співробітництва та підготовки глобальних зборів Європейська комісія створила підгрупу “ММЗЗПС-Європа”.

18 липня 2003 року Комісія прийняла пропозицію стосовно Регламенту щодо співробітництва у галузі захисту прав споживачів. Його мета – встановити контакт між національними правоохоронними органами, забезпечивши можливість скоординованої діяльності,

спрямованої проти продавців-шахраїв, які зловживають свободою внутрішнього ринку для введення споживачів у оману. Прийнятий регламент ліквідував бар'єри, що перешкоджали інформаційному обмінові та співпраці, а також забезпечив можливість правоохоронним органам вимагати і забезпечувати здійснення заходів з боку своїх партнерів у інших державах – членах ЄС [2].

Відповідно до Директиви про відповідальність за продукцію, прийнятої в ЄС, виробник відповідає, без наявності провини, за будь-яку шкоду, спричинену недоліками у його продукції, за умови підтвердження причинно-наслідкового зв'язку між недоліком та спричиненою шкодою.

Директива щодо судових заборон регламентує загальну судову діяльність в країнах ЄС [2].

“Судова заборона” – це наказ, який видає судовий орган, і відповідно до якого певна особа зобов'язана виконати або утриматися від виконання визначеної дії. Директива щодо судових заборон встановлює загальну процедуру, яка дозволяє кваліфікованим органам з однієї країни вимагати судової заборони в інших країнах. Вона спрямована на забезпечення контролю за працівниками торгівлі, що проводять діяльність у одній із країн – членів ЄС, якщо така діяльність шкодить колективним інтересам споживачів у іншій країні – члені ЄС. Кваліфікований орган може вносити рішення про заборону стосовно порушення національних нормативів, які змінюють порядок застосування директив ЄС. Наприклад, це порушення, передбачені директивами про оманливу рекламу, про споживчі кредити, про комплексні тури, про недобросовісні контрактні умови, про контракти на дистанційний продаж товарів, про продаж споживчих товарів та асоційовані гарантії.

Механізми подання скарг і забезпечення відшкодування в країнах ЄС діє наступним чином. При виникненні суперечок з приводу споживчих питань, більшість споживачів неохоче звертаються до офіційних судових органів, особливо коли вартість предмету суперечки не висока. Відповідно, у країнах ЄС популярними є альтернативні методи розв'язання спірних ситуацій (АМРС), між споживачами та виробниками. Такі методи можуть помітно різнитися у різних країнах – членах ЄС.

Для забезпечення полегшеного доступу до АМРС за ініціативою Європейської комісії було засновано в 2001 році Європейську позасудову мережу – Європейську позасудову мережу (ЄПМ) (European Extra-Judicial Network – EEJ-Net). До складу ЄПМ увійшли 15 країн – членів ЄС, а також Норвегія та Ісландія. У мережі було створено контактні пункти та органи АМРС. Серед завдань контактних пунктів даної організації було інформування споживачів про нинішні органи АМРС, надання допомоги споживачам у формуванні заяв, а також, у співпраці з контактними пунктами у країні розміщення продавця, пошук належного органу для розв'язання конфліктів. З 2005 року мережа ЄПМ об'єдналася з мережею “Європейські споживчі центри” (European Consumer Centre – ECC), і зараз носить назву “Європейська мережа споживчих центрів” (European Consumer Centre Network, ECC-Net).

Європейська комісія активно підтримує розвиток альтернативних методів розв'язання спірних питань. Дві ухвалені нею рекомендації, встановлюють критерії якості, які кожна схема АМРС повинна забезпечувати користувачам. Окрім того, пропозиції, внесені Комісією до Європейської директиви щодо посередництва у цивільних і комерційних справах, спрямовані на забезпечення повноцінних відносин між процесом посередництва та судовими процедурами через утворення спільних правил ЄС стосовно ряду ключових аспектів цивільного судочинства.

Таким чином, багато проблем, з якими стикаються європейські споживачі, можна розв'язати шляхом примирення, до того ж, безкоштовно, безпосередньо звернувшись до продавця чи постачальника послуг. Європейська комісія розробила спеціальну форму подання скарг, яка має допомогти як покупцям, так і продавцям, у розв'язанні суперечок між ними. Цю форму можна використовувати для розв'язання спірних питань із постачальниками з будь-якої країни Європейського Союзу; оскільки її перекладено на 11 мов.

#### *Список використаних джерел*

1. *Захист прав споживачів в Європейському Союзі [Електронний ресурс] – Режим доступу : [https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/FEAO\\_Zahyst\\_prav\\_A5\\_web.pdf](https://feao.org.ua/wp-content/uploads/2016/04/FEAO_Zahyst_prav_A5_web.pdf).*
2. *Захист прав споживачів [Електронний ресурс] – Режим доступу : [https://minjust.gov.ua/m/str\\_45878](https://minjust.gov.ua/m/str_45878).*

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ОДЯГУ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ З КАМУФЛЯЖНИМ ЗАБАРВЛЕННЯМ

На-сьогодні камуфляж, як і багато інших новацій, в мисливській побут прийшов з армії. Камуфляжний спецодяг має досить широкий спектр застосування. Так, маскхалат або маскувальний костюм просто незамінний у військовій справі, на полюванні, при спостереженні за тваринами на природі. Це ідеальний одяг для снайперів, що дозволяє їм залишатися непомітними. Серед найбільш часто використовуваних видів маскувального одягу варто відзначити маскувальні куртки, накидки і халати. Широко поширений в військових колах камуфляж одночасно є і найбільш простим варіантом маскувального костюма.

Маскувальний одяг відрізняється практичністю, невибагливістю і довговічністю. Його головне призначення – це приховування замаскованого об'єкта від різних видів оптичної розвідки, фотографування і візуального спостереження. Зазвичай в армії використовуються маскувальний одяг у вигляді костюма або комбінезона.

Те, що універсального камуфляжу не існує, зрозуміло і військовим, і мисливцям, ще одній категорії активних користувачів маскувальною амуніцією. Кожне забарвлення “працює” тільки в умовах конкретної місцевості, причому з поправкою на пору року. Камуфляж при всьому його різноманітті можна поділити на декілька великих груп: “ліс”, “пустеля”, “джунгли”, “зима” тощо. Головним являється підбір саме того малюнку та конструкції одягу, потрібної для конкретної ситуації. Ці питання нами вже розглядалися в попередніх дослідженнях [1].

Революційним вважається поява так званого, “цифрового” камуфляжу, створеного в 1984 році для військ НАТО. Сутність його полягає в тому, що на тканину спробували нанести малюнок, схожий на конфігурацію пікселів на екрані монітора, і виявилось, що він робить пересування людини практично непомітним, що і спричинило увагу до нього як в армійських, так і в мисливських колах. Першими переваги “цифри” оцінили американські виробники.

Найвідомішим, безсумнівно, серед них є бренд Sitka Gear<sup>®</sup>, заснований у 2005 році. Не залишилися осторонь від інновацій і європейські виробники. Помітних успіхів у цьому напрямку домоглася датська компанія F. Engel, що випускає мисливський одяг під брендом Deerhunter<sup>®</sup>. Зовсім недавно виробником BeeLipier<sup>®</sup> була запропонована нова колекція, яка називається Яесоп і має безпосереднє відношення до теми огляду. В її основі – цифровий камуфляж Equipt<sup>®</sup>. Він являє собою рисунок на тканині без конкретного зображення, який постійно змінюється. При цьому, так звана “піксельованість” використаного рисунку, легко “підлаштовується” під потрібний природний фон – відкрити рівнину тощо [2].

З усіх галузей легкої промисловості в Україні найменш охопленою є галузь, пов'язана з розробкою спецодягу для воєнізованих підрозділів, мисливців, рибалок тощо. Тим не менш, з кожним роком таке спорядження удосконалюється, стає більш зручним і комфортним в конструктивному вирішенні [3].

Також, слід враховувати реальні умови експлуатації одягу, проблеми в текстильній та дотичних до неї забезпечуючих галузях легкої промисловості, а також специфічність умов щодо масового виробництва одягу та спорядження відомчого призначення, контролю за вимогами до його якості з боку відповідних державних та інших зацікавлених спеціалізованих виробничих структур та науково-дослідницьких установ.

Автоматично це все вимагає одночасного перегляду норм термінів речового забезпечення військовослужбовців, їх корегування та чіткого окреслення значень характеристик маскувальних властивостей текстильних матеріалів та обґрунтування причин

виведення з експлуатації обмундирування з багатоколірним маскувальним забарвленням у випадку невиконання ним свого функціонального призначення, можливості оптичного дешифрування замаскованих об'єктів в різних спектральних зонах спостереження та появи в результаті цього можливостей дешифрування замаскованих об'єктів.

Сучасний камуфляжний і військовий одяг має велике значення для забезпечення боєготовності армійських і воєнізованих підрозділів, широко застосовується для оснащення працівників охоронних структур, користується заслуженою популярністю у любителів активного відпочинку (туристи, мисливці, рибалки), а також досить поширений в будівельній галузі в якості робочого одягу [4]. Така затребуваність пояснюється наступними основними якостями: зручність використання; практичність; зносостійкість і надійність при тривалій експлуатації; можливість використання в будь-яких погодних умовах; здатність витримувати високі навантаження і температури; нетоксичність; якісна фурнітура; просте обслуговування і догляд; прийнятна ціна.

На-сьогодні вітчизняна камуфляжний одяг пошивається з різних тканин. Завдяки сучасним технологіям українськими виробниками налагоджений випуск тканин достатнього рівня якості. Серед них виділяються: Ripstop – матеріал виготовлений за спеціальною методикою, відрізняється міцною і щільною структурою, легкістю, стійкий до розривів, часто використовується для пошиття військової форми. Волокниста суміш 35 бав./65 ПЕ волокна, поверхнева щільність матеріалу 230 г/м<sup>2</sup>. Матеріал досить щільний, має вологовідштовхуючі властивості. При цьому “дишає” і швидко сохне, що дозволяє носити костюм практично у будь-яку погоду. Тканина пріємна на дотик і не викликає подразнень. Важливо, що тканина дуже міцна і стійка до розривів. Такий матеріал може витримувати максимальні навантаження, а армовані нитки запобігають подальшим розривам руйнуванню навіть при пробитті або порізі тканини; Greta (Грета) – матеріал відрізняється високою стійкістю до механічних пошкоджень, підвищені водо- і брудовідштовхувальні властивості, невбагливість в повсякденному використанні. Добре зарекомендував себе при пошитті одягу для військових і охоронних структур. Волокниста суміш 53бав./47 ПЕ волокна, поверхнева щільність матеріалу 215 г/м<sup>2</sup>; Hard Shell – матеріал для верхнього одягу, який забезпечує надійний захист від води і вітру. Для захисту від холоду необхідно є наявність термобілизни або додаткового одягу; Softshell – матеріал з розряду “дишаючих”, який ефективно виводить випаровування тіла, забезпечує захист від туману або слабких опадів. Його різновид Shark Skin Softshell дуже популярний у яхтсменів і альпіністів; Fleese – трикотаж синтетичного походження (поліестер). Має “дишаючі” властивості, легкий, забезпечує необхідну теплоізоляцію, швидко висихає.

Проведений огляд доступної літератури з питання колористичного оформлення тканин спеціального призначення з метою надання ними маскувальних властивостей, дозволяє зробити висновок, що такі матеріали повинні володіти не тільки високою стійкістю фізико-механічних властивостей до дії різноманітних чинників зношування. Велика увага повинна бути приділена зміні колориметричних показників і коефіцієнтів відбивання в різних спектральних інтервалах, оскільки забезпечення виконання забарвленням функцій маскувальності є основою забезпечення безпечної професійної діяльності, а також запобігання можливості втрати ними маскувальних властивостей.

Також, слід враховувати реальні умови експлуатації одягу, проблеми в текстильній та дотичних до неї забезпечувальних галузях промисловості, а також специфічність умов щодо масового виробництва одягу із спеціальних матеріалів відомого призначення та контролю за ним з боку відповідних державних та військових структур.

#### **Список використаних джерел**

1. Сапоженик Д. І. Маскувальні властивості тканин спеціального призначення з багатоколірним забарвленням / Д. І. Сапоженик // Вісник Хмельницького НУ. – 2015. – № 4. – С. 90-93.
2. Оружие и Безопасность 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ibis.net.ua/ru/products>.
3. Камуфляж [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://patriotshop.com.ua>.
4. Військовий і камуфляжний одяг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ozon.com.ua/ua/spec/voennaya-i-kamuflyazhnaya-odezhda/>.

## СЕКЦІЯ 8 “КРИМІНАЛЬНЕ ТА ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО”

**Котуха О. С.**  
к.ю.н., доцент,  
**Панько М. Є.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

### КООПЕРАЦІЯ: ПОГЛЯД У МИНУЛЕ

У США розвиток сільськогосподарської кооперації розпочався з моменту створення різних видів збутових товариств, які згодом перетворилися у великі переробні сільськогосподарські кооперативи зі збутовими функціями.

До впровадження широкої механізації фермери створили низку неформальних кооперативів, які займалися вирощуванням кукурудзи, будівництвом комор та складських приміщень, молотью зерна тощо. З 1870 року кооперативи стали створюватися сільськогосподарськими організаціями, які називалися асоціаціями фермерів. Проте встановлення високих податків доводило більшість кооперативів до банкрутства. Лише через багато років уряд усвідомив свою помилку та згідно із законом Каппера-Волстеда (1922 рік) кооперативи були частково звільнені від сплати податків, що сприяло їх подальшому розвитку.

Телефонізація та електрифікація сільської місцевості, що бере початок із 1930-1940 років, включала створення сільських кооперативів по забезпеченню електроенергією. Кооперативи створюються відповідно до згаданого закону та виводяться з монопольного законодавства. Фермери мають змогу об'єднувати зусилля для створення підприємств по переробці, збуту та постачанню ресурсів, що обумовлює їх ефективне функціонування під контролем самих господарів [1, 113].

Початком споживчої кооперації в США є 1845 рік, коли Союзом захисту прав трудящих у Бостоні був відкритий перший кооперативний магазин. Бостонські споживчі товариства, а потім і багато інших створювалися і здійснювали свою діяльність на принципах Рочдельських піонерів. Принципи, на яких засновувалися Рочдельські товариства, стали підґрунтям для так званої Рочдельської кооперативної доктрини – найбільш популярного в першій половині ХХ ст. різновиду кооперативної ідеології. Рочдельська кооперативна доктрина визнавала провідну роль споживчої кооперації в кооперативному русі та у суспільному поступі загалом. Вважалося, що саме цей вид кооперативів може і повинен кооперативувати економіку, змінити існуючий капіталістичний устрій на досконаліший – кооперативний, передавши засоби виробництва у власність об'єднаних споживачів. Цей процес, з точки зору творців доктрини, мав бути тривалим, мирним, еволюційним, хоча наслідки його – зміна суспільного устрою, – безсумнівно, мали революційний характер [2, 128].

У 1936 р. була створена Кооперативна Ліга США, яка об'єднала 1500 товариств і сприяла розвитку кооперативного руху в цій країні.

Кооперація Латинської Америки займала сектор, який у різний час і в різних місцях перебував між силами диктатури і вільного ринку, але ні те, ні інше зовсім не сприяло зростанню. На початковому етапі використовувалися моделі кооперативного розвитку, привезені завдяки іммігрантам із Європи.

В Японії розвиток кооперативного руху мав свої особливості. Тільки в 1873 р. був проведений перехід від натурального господарства до грошових відносин. Перші споживчі товариства з'явилися в 1880 р. На розвиток споживчих товариств великий вплив справили профспілковий рух Японії. Споживчі товариства робітників називалися “куодотени” – споживчі магазини. У 1907 році практично в кожному місті існувало споживче товариство.

У 30-ті роки ХХ століття в Японії утвердився тоталітарний режим. У 1937 році 20 лідерів кооперативного руху були заарештовані, а профспілка розпущена. Більшість споживчих кооперативів закрилися.

У Китаї кооперативний рух бере початок від зародження кредитних кооперативів на півночі країни (1919 р). Поширенню даних кооперативів сприяла всевітня комісія з надання допомоги постраждалим від стихійних лих. З 1920 року створюються багатофункціональні сільськогосподарські кооперативи, а з 1930 року – виробничі і споживчі. До середини 30-х років налічувалося близько 15 тисяч кооперативних товариств, 82% з яких становили кредитні кооперативи. Понад 5 мільйонів осіб були членами різних кооперативів [3].

В Африці перші споживчі кооперативи з'явилися в 30-60-х роках минулого століття, крім Єгипту, де вперше споживчі товариства виникли у 1910 році в Олександрії та Каїрі. Католицькі місіонери у Бельгійському Конго створили кредитні та ощадні кооперативи.

Колоніальні уряди африканських країн – англійський, бельгійський і французький – оцінили економічний потенціал кооперативів. Вони були зацікавлені в їх розвитку. Кооперація розглядалася ними як економічна структура, яка допомагає розвитку товарно-грошових відносин. Кооперація захищала місцеве населення від експлуатації з боку посередників і лихварів [4, 20].

У британських колоніях модель кооперативу, відома під назвою “Британсько-Індійський зразок”, набула поширення в Ботсвані, Єгипті, Гамбії, Лесото, Мавританії, Нігерії, Танзанії і Зімбабве. Бельгійський та голландський уряди використовували дану модель для розвитку кооперативного руху у власних колоніях.

Французький уряд у своїх колоніях проводив політику модернізації кооперативів. Розвиток кооперації відбувався під керівництвом не фахівців, а звичайних чиновників. Кожен вид кооперативу підпорядковувався і був підвітний окремому міністерству: сільськогосподарські кооперативи – міністерству сільського господарства; кредитні кооперативи – міністерству фінансів і т. д. У 1910 році французький колоніальний уряд вирішив створити кооперативи типу “SIP” (ощадні) у Французькій Західній Африці. У них були ті ж функції, що і у великих багатофункціональних сільськогосподарських кооперативів. Спочатку участь у таких кооперативах стала добровільною, проте з 1915 року членство всіх дорослих осіб, що проживали у даному регіоні, стало обов'язковим, а фінансові внески стали збиратися щорічно.

Кооперативи завжди були важливим елементом у боротьбі з негативними наслідками фінансово-економічних кризових явищ і основою для формування вагомого соціально-орієнтованого сектора національної економіки кожної держави.

#### **Список використаних джерел**

1. Котов Р. М. Сравнительная характеристика систем государственного регулирования и поддержки сельского хозяйства в зарубежных странах : сборник научных трудов НИТУ. – 2007. – № 3(49). – С. 113-118.
2. Історія кооперативного руху : підручник для кооперативних вузів / [Бабенко С. Г., Гелей С. Д., Гончарук Я. А. та ін.] / Укоопспілка, Львівська комерційна академія. – Львів : Інститут українознавства НАНУ, 1995. – 410 с.
3. Кооперативи Китаю [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://levitan.jimdo.com>
4. Окландер М. Світовий досвід та стратегічні орієнтири модернізації споживчої кооперації України / Окландер М., Чукурна О. // Економіст. – 2011. – № 12. – С. 20-23.

## УГОДА У КРИМІНАЛЬНОМУ ПРОВАДЖЕННІ: ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ

З прийняттям у 2012 році Кримінального процесуального кодексу в Україні з'явився новий інститут кримінального провадження – інститут угод, що дав можливість швидкого вирішення справи, віднайдення компромісу між сторонами провадження та зменшення навантаження на суди апеляційної та касаційної інстанцій.

Глава 35 Кримінального процесуального кодексу України передбачає укладення двох видів угод: 1) про визнання вини, що укладається між обвинуваченим та прокурором, 2) угода про примирення, яка може бути укладена між обвинуваченим та потерпілим. Кожна з цих угод має свої особливості та може бути укладена лише за дотримання відповідних вимог, зазначених законодавцем. Спільним, що об'єднує угоди є те, що: 1) обвинувачений визнає свою вину у повному обсязі, 2) судові рішення, прийняті на підставі затвердженої угоди не підлягає оскарженню.

*Угода про примирення між обвинуваченим та потерпілим*, відповідно до ч.1 ст.469 КПК України, може бути укладена за ініціативою потерпілого, підозрюваного чи обвинуваченого, як на стадії досудового розслідування, так і в судовому провадженні до виходу суду в нарадчу кімнату [1], як особисто так з залученням фахівців (медіаторів). Медіатори допомагають консультаціями обом сторонам при досягненні домовленостей та складанні угоди. Разом з тим, інститут медіації законодавчо не закріплений в Україні та потребує свого доопрацювання.

Варто звернути увагу на обмеження щодо застосування інституту угоди про примирення. Зокрема, така угода може бути укладена тільки щодо кримінальних проступків, злочинів невеликої чи середньої тяжкості а також у провадженнях приватного обвинувачення. У разі, якщо провадження здійснюється щодо декількох осіб, то угода про примирення може бути підписана з одним або декількома обвинуваченими чи потерпілими. Також угода про примирення може бути укладена за участі неповнолітнього обвинуваченого, якщо він досяг 16-річного віку то особисто, за згодою законного представника, а якщо у віці до 16 років, то угоду про примирення за його згодою укладає законний представник.

Ініціатива укладення угоди про примирення відповідно до вимог ч.1 ст.469 КПК має походити тільки від потерпілого або підозрюваного чи обвинуваченого. Лише після того, як потерпілий або підозрюваний чи обвинувачений виявили бажання примиритися з протилежною стороною, оскільки саме факт примирення є підставою для укладення угоди про примирення, до процедури примирення можуть залучатися інші особи, зокрема представники медіаційних центрів, особи, які мають певний авторитет для учасників процедури [2]. Слід зазначити, що слідчий, прокурор зобов'язані згідно з ч.7 ст.469 КПК України лише проінформувати підозрюваного та потерпілого про їхнє право на примирення (суддя, відповідно, під час судового провадження — обвинуваченого та потерпілого), роз'яснити механізм його реалізації та в жодному разі не чинити перешкод в укладенні угоди, не ініціювати її укладення та не вести перемовин (проводити домовленості) щодо її змісту [1].

Іншим різновидом кримінального провадження на підставі угод є *укладення угоди між прокурором та обвинуваченим* про визнання вини. Можливість укладення даної угоди виникає в тому випадку, якщо у вчиненому злочинному діяння відсутні потерпілий і шкода завдана державним чи суспільним інтересам. Найбільш зацікавленою стороною в укладенні угоди про визнання вини є обвинувачений та сторона захист, оскільки укладення такої угоди передбачає пом'якшення покарання або звільнення від відбування покарання. Адже, запропонована в угоді міра покарання попередньо узгоджується сторонами з урахуванням характеру обвинувачення й обставин, які враховуються прокурором, зокрема ступінь і

характер сприяння розслідуванню кримінального правопорушення обвинуваченим; характер і тяжкість обвинувачення; наявність суспільного інтересу в забезпеченні швидкого досудового розслідування і судового провадження; викритті більшої кількості кримінальних правопорушень; наявність суспільного інтересу в запобіганні, виявленні чи припиненні більшої кількості кримінальних правопорушень.

Разом з тим, аналізуючи судову практику, можна зауважити що переважно в угоді про визнання винуватості обов'язки підозрюваного, обвинуваченого у зв'язку з укладенням цієї угоди визначаються досить формально. Відсутність конкретизації сутності таких зобов'язань, зокрема того, про яке саме досудове слідство чи інші відомі обвинуваченому подібні злочини йде мова, по-перше, не дає суду змогу пересвідчитися у реальності й можливості їх виконання, по-друге, зважаючи на передбачені ст.476 КПК наслідки невиконання угоди, вже на етапі укладення такої угоди виникає неабияка ймовірність її подальшого скасування [2]. Як приклад закріплення в угоді обов'язку підозрюваного, що відповідає вимогам закону, необхідно вказати, що в багатьох угодах, укладених під час досудового розслідування, зазначається, що підозрюваний зобов'язується беззастережно визнати обвинувачення в обсязі підозри у судовому провадженні.

Закріплення в КПК України інституту угод дало можливість вирішення проблем диференціації кримінальної процесуальної форми, спрощення кримінального провадження та вирішення конфліктів як на досудовому так і в судовому провадженні. Однак, дане питання потребує подальшого вивчення та напрацювання практики застосування.

#### **Список використаних джерел**

1. Кримінальний процесуальний кодекс від Закон України від 13.04.2012 р. – 4651-VI : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4651a-17>.

2. Узагальнення ВССВ судової практики здійснення кримінального провадження на підставі угод : [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://zib.com.ua/ua/print/92557-uzagalnennya\\_vssv\\_sudovoi\\_praktiki\\_zdiysnennya\\_kriminalnogo\\_html](http://zib.com.ua/ua/print/92557-uzagalnennya_vssv_sudovoi_praktiki_zdiysnennya_kriminalnogo_html).

**Ратушна Б. П.**

к.ю.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СПРОЩЕНЕ ПОЗОВНЕ ПРОВАДЖЕННЯ ЯК НОВЕЛА ЦИВІЛЬНОГО ПРОЦЕСУАЛЬНОГО ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ**

3 жовтня 2017 року Верховна Рада України проголосувала за нову редакцію Цивільного процесуального кодексу України. 15 грудня 2017 року ці зміни набули чинності. Як наслідок, порядок здійснення судочинства у цивільних справах зазнав суттєвих змін. До нововведень слід зарахувати видаче судом обмежувального припису у порядку окремого провадження, запровадження процедур врегулювання спору за участю судді, розгляд справ у порядку спрощеного провадження, значні зміни до порядку доказування та багато інших. Зокрема, відповідно до ст. 274 ЦПК [1] у порядку спрощеного позовного провадження розглядаються справи: 1) малозначні справи; 2) що виникають з трудових відносин.

У порядку спрощеного позовного провадження може бути розглянута будь-яка інша справа, віднесена до юрисдикції суду, за винятком справ, зазначених у частині четвертій статті 274 ЦПК. При вирішенні питання про розгляд справи в порядку спрощеного або загального позовного провадження суд враховує:

- 1) ціну позову;
- 2) значення справи для сторін;
- 3) обраний позивачем спосіб захисту;
- 4) категорію та складність справи;

5) обсяг та характер доказів у справі, в тому числі чи потрібно у справі призначити експертизу, викликати свідків тощо;

6) кількість сторін та інших учасників справи;

7) чи становить розгляд справи значний суспільний інтерес;

8) думку сторін щодо необхідності розгляду справи за правилами спрощеного позовного провадження.

В порядку спрощеного позовного провадження не можуть бути розглянуті справи у спорах:

1) що виникають з сімейних відносин, крім спорів про стягнення аліментів та поділ майна подружжя;

2) щодо спадкування;

3) щодо приватизації державного житлового фонду;

4) щодо визнання необґрунтованими активів та їх витребування;

5) в яких ціна позову перевищує п'ятсот розмірів прожиткового мінімуму для працездатних осіб;

6) інші вимоги, об'єднані з вимогами у спорах, вказаних у пунктах 1-5 цієї частини ст. 274 ЦПК.

Суд відмовляє у розгляді справи за правилами спрощеного позовного провадження або постановляє ухвалу про розгляд справи за правилами загального позовного провадження, якщо після прийняття судом до розгляду заяви позивача про збільшення розміру позовних вимог або зміни предмета позову відповідна справа не може бути розглянута за правилами спрощеного позовного провадження.

Відповідно до ст. 279 ЦПК передбачені особливості розгляду справи у порядку спрощеного позовного провадження. Так, підготовче засідання при розгляді справи у порядку спрощеного провадження не проводиться. Суд розглядає справу в порядку спрощеного позовного провадження без повідомлення сторін за наявними у справі матеріалами, за відсутності клопотання будь-якої зі сторін про інше. За клопотанням однієї із сторін або з власної ініціативи суду розгляд справи проводиться в судовому засіданні з повідомленням (викликом) сторін.

Суд може відмовити в задоволенні клопотання сторони про розгляд справи в судовому засіданні з повідомленням сторін за одночасного існування таких умов:

1) предметом позову є стягнення грошової суми, розмір якої не перевищує ста розмірів прожиткового мінімуму для працездатних осіб;

2) характер спірних правовідносин та предмет доказування у справі не вимагають проведення судового засідання з повідомленням сторін для повного та всебічного встановлення обставин справи.

При розгляді справи у порядку спрощеного провадження суд досліджує докази і письмові пояснення, викладені у заявах по суті справи, а у випадку розгляду справи з повідомленням (викликом) учасників справи – також заслуховує їх усні пояснення та показання свідків. Судові дебати не проводяться.

Загалом позитивно оцінюючи запровадження спрощеного позовного провадження у цивільне судочинство України, варто поставити під сумнів доцільність зарахування справ про поділ подружнього майна до справ спрощеного позовного провадження, адже як свідчить судова практика, ці справи не належать до так званих “простих” справ, розгляд їх зазвичай ускладнюється необхідністю дослідження різноманітних засобів доказування. Також видається сумнівним право суду відмовити в задоволенні клопотання сторони про розгляд справи в судовому засіданні з повідомленням сторін (ст. 279 ЦПК), адже в цьому разі порушуються принципи усності, гласності, відкритості судового розгляду, а також право сторін на участь у судових засіданнях.

Крім цього, відповідно до ст. 389 ЦПК за загальним правилом судові рішення у малозначних справах не можуть бути оскаржені у касаційному порядку[2, с. 58-62]. Видається, що обмеження можливості оскаржити рішення у касаційному порядку є суттєвим

обмеженням права учасників цивільної справи на справедливий судовий розгляд, передбачений ст. 6 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод [3], а також суперечить завданням цивільного судочинства, визначеним ст. 2 ЦПК України.

#### *Список використаних джерел*

1. Цивільний процесуальний кодекс України : Закон України від 18 березня 2004 р. / Верховна Рада України // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 40–41, 42. – С. 492.
2. Помазанов А. Деякі аспекти сутності та змісту касаційного перегляду у цивільному процесі України / А. Помазанов // Підприємство, господарство і право. – 2017. – № 12. – С. 58-62.
3. Європейська конвенція про захист прав людини і основоположних свобод від 04.11.1950 р. та додаткові протоколи, рат. Законом України від 17.07.1997 р. (зміни в назві конвенції згідно Закону України від 09.02.2006р.) // Офіційний вісник України – 2006. – № 32. – С. 2371.

**Сосніна О. В.**

к.ю.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ДОВЕДЕННЯ ДО САМОГУБСТВА**

Починаючи з 1917 р самогубство і замах на нього перестали розглядатися законом як злочин. Поряд з цим, протиправна поведінка осіб, які своїми діями спровокували самогубство, не була декриміналізована.

Кримінальний кодекс Української Соціалістичної Радянської Республіки 1922 р. у главі п'ятій Особливої частині містив статтю 148, яка встановлювала відповідальність за підмову до самогубства неповнолітнього або особи, завідомо нездатної розуміти вчинене або керувати своїми діями [1].

Термін “доведення до самогубства” вперше був застосований у Кримінальному кодексі УСРР 1927 р. у статті 145. Частина перша статті 145 КК УСРР 1927 р. повністю (і в диспозиції, і в санкції) відтворювала статтю 148 КК УСРР 1922 р., а новелою у вітчизняному кримінальному законодавстві стала частина друга статті 145 КК УСРР 1927р., яка передбачала відповідальність за доведення до самогубства або замаху на самогубство особи, що перебуває в матеріальній або іншій залежності від іншої особи, жорстоким поводженням останньої або іншим зловживанням її своїм положенням. Злочин визнавався таким тільки у випадку, якщо був вчинений за необережністю або з непрямым умислом. При наявності у винного прямого умислу на доведення до самогубства все вчинене розглядалося як вбивство [2, с. 9]. Отже, норма про доведення до самогубства у КК УСРР 1927 р. була деталізована і диференційована. Змінювався підхід до характеристики потерпілого і визначення об'єктивної сторони, законодавець зазначив способи доведення до самогубства, однак, суб'єкт злочину був тільки спеціальний – особа, від якої потерпіла особа перебуває в матеріальній або іншій залежності.

Кримінальним кодексом УРСР 1960 р. у статті 99, що містилася у Главі III Особливої частини “Злочини проти життя, здоров'я, волі і гідності особи” передбачалася відповідальність за доведення до самогубства. У частині першій статті 99 була встановлював відповідальність за доведення до самогубства або до спроби вчинити самогубство особи, що перебуває в матеріальній або іншій залежності від іншої особи, шляхом жорстокого з нею поводження або систематичного приниження її людської гідності. Частина друга статті 99 КК УРСР 1960 р. передбачала відповідальність за доведення до самогубства або до спроби вчинити самогубство внаслідок систематичного цькування чи наклепу з боку особи, від якої потерпілий не був у матеріальній або іншій залежності [3]. Отже, за КК УРСР 1960 р. склад злочину став більш універсальним, способи вчинення доведення до самогубства набули ще більшої конкретизації, поняття “інше зловживання своїм положенням” замінено “систематичним приниженням людської гідності”, включені кваліфікуючі ознаки –

систематичне цькування чи наклеп. Коло суб'єктів, як і раніше обмежено особами, від яких потерпілій знаходиться в залежності.

Кримінальний Кодекс України 2001 р. передбачив відповідальність за доведення до самогубства статтею 120, яка знаходиться в Розділі II “Злочини проти життя та здоров'я особи” Особливої частини. За частиною першою статті 120 КК України об'єктивна сторона злочину полягає в доведенні особи до самогубства або до замаху на самогубство, що є наслідком жорстокого з нею поводження, шантажу, примусу до протиправних дій або систематичного приниження її людської гідності.

Відтак, КК України 2001 р. значно змінив законодавчу конструкцію складу доведення до самогубства. Перед усім, з диспозиції норми, яка передбачає простий склад злочину, була виключена вимога, яка існувала у попередніх кримінальних кодексах, щодо матеріальної або іншої залежності потерпілого від винного, що розширило межі застосування цієї норми. Крім того, у частині першій статті 120 КК України законодавцем були конкретизовані способи вчинення цього злочину та поданий їх вичерпний перелік: жорстоке поводження з особою, шантаж, примус до протиправних дій, систематичне приниження людської гідності потерпілої особи. Суб'єкт розглядуваного злочину перестав бути спеціальним. Законодавець визнав, що суб'єктом доведення до самогубства може бути будь-яка особа.

У частині другій статті 120 КК України передбачено відповідальність за доведення до самогубства або замаху на нього особи, яка перебувала в матеріальній або іншій залежності від винного, або такі самі дії, вчинені щодо двох або більше осіб, а в частині третьій статті 120 КК України – щодо неповнолітнього, тобто особи, які не виповнилося 18 років. Такі зміни видаються нам позитивними, оскільки підвищують кримінально-правову охорону певних, особливо вразливих груп населення.

Законом України № 2292-VIII від 8 лютого 2018 р. “Про внесення зміни до статті 120 Кримінального кодексу України щодо встановлення кримінальної відповідальності за сприяння вчиненню самогубства” частину першу статті 120 КК України викладено у новій редакції – встановлено кримінальну відповідальність за “доведення особи до самогубства або до замаху на самогубство, що є наслідком жорстокого з нею поводження, шантажу, систематичного приниження її людської гідності або систематичного протиправного примусу до дій, що суперечать її волі, схиляння до самогубства, а також інших дій, що сприяють вчиненню самогубства”. Частини друга і третя цієї статті залишилися без змін.

Таким чином, перелік кримінально-караних способів доведення до самогубства або до замаху на самогубство знов розширено, доповнено такими способами як: схиляння до самогубства, а також інші дії що сприяють вчиненню самогубства; ознаку “примус до протиправних дій” замінено на “систематичний протиправний примус до дій, що суперечать її волі”.

На нашу думку, ці зміни сприятимуть встановленню належної нормативної регламентації кримінальної відповідальності за доведення особи до самогубства, зокрема будь-якого сприяння особі у вчиненні нею самогубства, підвищують ефективність кримінально-правових заходів протидії цьому явищу, у тому числі, самогубствам підлітків, а також більш чітко диференціюють кримінальну відповідальність залежно від суб'єкта посягання.

#### **Список використаних джерел**

1. Уголовный кодекс УССР, утвержденный ВУЦИК 23 августа 1922 г. (с измен. и дополнениями по 1-ое июня 1924 года и с алфав. указателем). – [6-е офиц. изд.]. – Х. : Юрид. изд-во Наркомюста УССР, 1924. – 104 с.
2. Гусак О. А. Кримінально-правова характеристика доведення до самогубства: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08 / О. А. Гусак; кер. роботи В. О. Туляков; Нац. ун.-т “Одеська юридична академія”. – Одеса, 2014. – 20 с.
3. Кримінальний кодекс України від 28 грудня 1960 року // ВВР, 1961. – № 2. – ст. 14.

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОЗШУКУ ОСІБ, ЯКІ ПЕРЕХОВУЮТЬСЯ ВІД ОРГАНІВ ДОСУДОВОГО РОЗСЛІДУВАННЯ ТА СУДУ**

Окремим самостійним напрямом в організації діяльності правоохоронних органів України, який потребує спеціального дослідження, є встановлення місця знаходження осіб, оголошених в розшук та які переховуються від органів досудового розслідування і суду. Крім вище зазначених осіб поширеними стали випадки оголошення в розшук осіб, які ухиляються від відбування кримінального покарання. Щодо таких осіб, як правило, після винесення обвинувального вироку і до вступу його в законну силу застосовується запобіжний захід, не пов'язаний із триманням під вартою, що, певною мірою, сприяє переховуванню їх від органів виконання кримінального покарання і, відповідно, неможливості застосування щодо них такого покарання.

Щорічно в Україні правоохоронними органами оголошується розшук щодо значної кількості осіб. У більшості випадків переховування таких осіб призводить до зупинення досудового розслідування чи розгляду справи у суді.

Окремі аспекти організації та проведення розшуку підозрюваних, обвинувачених знайшли відображення у наукових дослідженнях, в тому числі і дисертаційних роботах. Однак, враховуючи складність зазначеного напрямку, є низка не вирішених проблем, які ускладнюють роботу правоохоронних органів щодо безпосереднього здійснення розшуку таких осіб.

Переховування осіб, які вчинили кримінальні правопорушення, від органів досудового розслідування та суду спрямоване на уникнення кримінальної відповідальності та покарання за вчинене діяння, відтермінування можливості проведення досудового розслідування або настання терміну закінчення давності притягнення їх до кримінальної відповідальності тощо. Як свідчить аналіз діяльності правоохоронних органів проблема організації розшуку осіб, які переховуються від органів досудового розслідування та суду, є багатоаспектною і полягає, з однієї сторони, у недоліках чинного кримінального процесуального законодавства. З іншої сторони, збільшення кількості осіб, що переховуються від органів досудового розслідування та суду, пов'язано із недосконалістю рівнем організації діяльності правоохоронних органів, високим рівнем корупції судової системи тощо. У більшості випадків щодо осіб, які переховуються від органів досудового розслідування перед судом ставилося питання про застосування до них запобіжного заходу тримання під вартою, але з різних причин до таких осіб було застосовані інші запобіжні заходи [1]. На рівень ефективності організації діяльності правоохоронних органів щодо розшуку осіб, які переховуються від слідства та суду та встановлення їх місця знаходження впливає також недостатня забезпеченість їх діяльності відповідними криміналістичними рекомендаціями, відсутність спеціальних наукових досліджень в даному напрямі.

Практика розслідування злочинів викриває багато проблемних питань щодо організації розшуку з точки зору застосування кримінального процесуального законодавства. Це, зокрема, стосується того, що закон визначає можливість розшуку лише підозрюваного. Непоодинокими випадками у судовій практиці є оскарження з різних причин рішення слідчого щодо оголошення конкретної особи в розшук.

Важливим та дискусійним питанням щодо оголошення розшуку осіб, які переховуються від слідства та суду, є питання наявності доказової інформації про фактичне переховування таких осіб.

Варто відзначити, що положеннями ст. 281 КПК України не визначається необхідності слідчого щодо обов'язкового збору доказів та іншої інформації, які свідчать про фактичне переховування конкретної особи від органів досудового розслідування [6]. Однак

визначення у нормі закону положень про те, що “якщо ... місцезнаходження підозрюваного невідоме” необхідно розцінювати як результат того, що слідчим, самостійно чи через доручення оперативним підрозділам, дільничним, виконано комплекс заходів процесуального, оперативно-розшукового характеру з метою встановлення обставин переховування особи від органів досудового розслідування. Тобто слідчий збирає інформацію про те, що особа фактично переховується від органів досудового розслідування або місцеперебування її не встановлено.

Перевірці також підлягають дані про осіб: щодо яких застосовано адміністративний арешт; затриманих на підставі положень ст. 207 – 213 КПК України; щодо яких застосовані запобіжні заходи на підставі ст. 176 – 206 КПК України; яких поміщено до дитячого прийомника-розподільника; призваних для проходження служби в армії чи для проходження військових зборів тощо. Окрім зазначеного підлягають перевірці дані Державної прикордонної служби України щодо перетину конкретною особою державного кордону України [2].

Виходячи з наведеного вище можна зазначити про те, що безпосередньо слідчим визначається обсяг необхідної інформації, яка буде свідчити про те, що місцезнаходження конкретної особи невідомо і те, що така особа переховується від органів досудового розслідування. Такий обсяг інформації, у кожному конкретному випадку, є індивідуальним та визначається безпосередньо слідчим, у провадженні якого знаходиться кримінальне провадження. Практика розслідування злочинів свідчить, що слідчі дуже детально відображають у постанові про оголошення розшуку підозрюваного інформацію стосовно проведених заходів для встановлення місцезнаходження підозрюваного до оголошення його розшуку.

Чинний Кримінальний процесуальний кодекс України не визначає безпосереднього механізму здійснення розшуку осіб, які переховуються від органів досудового розслідування та суду та не зазначає переліку спеціальних заходів процесуального чи оперативно-розшукового характеру у ході здійснення такого розшуку. Безпосередній зміст та напрями здійснення розшуку осіб визначаються слідчим, виходячи із матеріалів кримінального провадження та комплексу наявної інформації й враховуючи особливості тактики здійснення розшуку осіб, які переховуються.

Підставами здійснення оперативно-розшукових заходів у ході розшуку осіб, які переховуються від органів досудового розслідування та суду є положення ст. 6 Закону України “Про оперативно-розшукову діяльність”.

Діяльність правоохоронних органів з розшуку осіб, що вчинили злочини та переховуються від органів досудового розслідування та суду потребує відповідного забезпечення криміналістичними рекомендаціями, що дозволить підвищити їх ефективність. Сучасна ситуація в даному напрямі вимагає від науковців і практиків створення відповідних алгоритмів дій з розшуку таких осіб, застосування можливостей сучасних інформаційних технологій, які дозволяються визначити точне місце знаходження особи, що розшукується.

#### **Список використаних джерел**

1. Даль А. Л. *Щодо питання про підстави застосування запобіжного заходу у вигляді тримання під вартою / А. Л. Даль // Актуальні питання досудового розслідування та сучасні тенденції розвитку криміналістики : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Харків, 5 грудня 2014 р. – С. 180- 183.*

2. *Кримінальний процесуальний кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/4651-17/page11>.*

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОТИДІЇ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ (ВІДМИВАННЮ) ДОХОДІВ, ОДЕРЖАНИХ ЗЛОЧИННИМ ШЛЯХОМ В УКРАЇНІ**

Протягом останніх 20-30 років легалізація (“відмивання”) доходів, одержаних злочинним шляхом, набула значного поширення у світі. Світові масштаби відмивання грошей оцінюються Міжнародним валютним фондом в межах 2-5 % світового ВВП що складає близько одного трильйона доларів на рік. Глобалізація світових господарських зв’язків та впровадження у фінансову сферу новітніх технологій одночасно з розвитком суспільства підвищують уразливість міжнародної фінансової системи, що дає змогу злочинцям у різних державах легалізувати незаконні доходи і фінансувати тероризм.

Легалізація (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, становить серйозну небезпеку для розвитку національної економіки, у тому числі її кредитно-фінансової системи, утвердження демократичних засад діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, ставить під загрозу національну безпеку та послаблює міжнародний авторитет України. Питання протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, є нагальними для України. Їх вирішення сприятиме подальшому розвитку національної економіки, у тому числі її кредитно-фінансової системи, утвердженню демократичних засад діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

17 грудня 1997 року був прийнятий Закон України “Про ратифікацію Конвенції про відмивання, пошук, арешт та конфіскацію доходів, одержаних злочинним шляхом, 1990 рік”. 5 квітня 2001 року був прийнятий новий Кримінальний кодекс України, в якому вперше легалізація (відмивання) грошових коштів та іншого майна, здобутих злочинним шляхом визнається злочином і передбачається кримінальна відповідальність за її вчинення.

З метою імплементації Україною оновлених Рекомендацій FATF, Верховною Радою України 14 жовтня 2014 р. прийнятий Закон України “Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення”.

Насамкінець, щодо організаційного забезпечення протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення. Міністерство фінансів України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує, зокрема, формування та реалізацію державної політики у сфері запобігання і протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, або фінансуванню тероризму.

Державна служба фінансового моніторингу України (Держфінмоніторинг) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України через Міністра фінансів і який реалізує державну політику у сфері запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення.

Таким чином систему протидії легалізації (відмиванню) доходів одержаних злочинним шляхом в основному сформовано.

Проведений аналіз державної політики України щодо запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, дозволив виявити такі недоліки організаційно-правового характеру:

1) недостатній рівень дослідженості легалізації злочинних доходів вітчизняними науковцями;

2) відсутність ефективних науково обґрунтованих методів запобігання та протидії

легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом;

3) відсутнє науково обгрунтоване ефективне прогнозування та планування боротьби з цим видом злочинності;

4) формалізм щодо виконання визначених урядом України, іншими органами виконавчої влади заходів щодо протидії легалізації злочинних доходів;

5) відсутність аналізів стану реалізації запланованих профілактичних заходів з визначенням причин і умов їх невиконання чи неналежного виконання, застосування заходів впливу до винних осіб тощо;

6) недостатній науковий рівень законодавчих та інших нормативно-правових актів, що регулюють відносини у сфері протидії легалізації доходів злочинного походження;

7) недостатній рівень професіоналізму працівників правоохоронних органів, що спеціалізуються на протидії легалізації, її розкритті та розслідуванні;

8) відсутність ефективних міжнародних зв'язків правоохоронних органів України з відповідними інституціями інших держав;

9) відсутність належної взаємодії щодо боротьби з відмиванням доходів, одержаних злочинним шляхом, між різними правоохоронними та іншими органами Української держави;

10) відсутня належна інформаційна політика держави щодо протидії злочинності, у суспільстві не сформоване негативне ставлення й несприйняття цього виду злочину;

11) відсутність політичної волі керівників Української держави проводити рішучу боротьбу з легалізацією (відмиванням) доходів, одержаних злочинним шляхом (офшорні скандали тощо);

12) надзвичайно високий рівень корумпованості та організованої злочинності в Україні гальмують здійснення відповідних реформ у суспільстві.

Таким чином, створюючи програмні законодавчі та інші нормативно-правові акти з питань боротьби з легалізацією (відмиванням) доходів, одержаних злочинним шляхом, серед головних напрямів діяльності держави та її органів щодо протидії цьому виду злочинності слід ґрунтовно розробляти й конкретно викладати:

- економіко-правові заходи запобігання і протидії “тіньовій” економіці, криміналізації процесів формування ринкових відносин;

- заходи з удосконалення порядку та умов діяльності державного владно-управлінського апарату в напрямку посилення запобігання та протидії впливу на нього організованої злочинності та корупції;

- організаційно-установчі та управлінські заходи, у тому числі щодо приєднання України до відповідних міжнародних угод та конвенцій; запровадження незалежних центрів економіко-правової та кримінологічної експертизи проектів законодавчих, урядових та інших актів;

- заходи щодо вдосконалення кримінального, кримінально-процесуального, адміністративного, цивільного законодавства;

- заходи щодо вдосконалення державного нагляду і контролю за дотриманням законності в діяльності державних та недержавних організацій різних форм власності, окремих громадян, у тому числі: прокурорського нагляду, фінансового (бухгалтерського) та аудиторського, банківського, податкового, прикордонного, митного контролю, державно-правової реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності;

- заходи щодо вдосконалення оперативно-розшукової та слідчої діяльності органів внутрішніх справ і служби безпеки, у тому числі уточнення та вирішення відповідних організаційно-тактичних завдань;

- заходи щодо інформаційного забезпечення діяльності правоохоронних та інших органів, що спеціалізуються на протидії легалізації доходів злочинного походження;

- заходи протидії різним формам негативного соціально-психологічного впливу на суспільство цього виду злочинності.

## ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДОГОВОРУ УПРАВЛІННЯ МАЙНОМ

Відносини управління майном можуть виникати при встановленні опіки над майном фізичної особи, яка визнана безвісно відсутньою, а також фізичної особи, місце перебування якої невідоме. Так, згідно з ч. 3 ст. 44 Цивільного кодексу України (далі ЦК України) опікун над майном фізичної особи, яка визнана безвісно відсутньою, або фізичної особи, місце перебування якої невідоме, приймає виконання цивільних обов'язків на її користь, погашає за рахунок її майна борги, управляє цим майном в її інтересах. Також правовідносини управління майном мають місце при спадкуванні. Це підтверджено ст. 1285 ЦК України "Управління спадщиною". Відповідно до ч. 1 цієї статті якщо у складі спадщини є майно, яке потребує утримання, догляду, вчинення інших фактичних чи юридичних дій для підтримання його в належному стані, нотаріус, а в населених пунктах, де немає нотаріуса, – відповідний орган місцевого самоврядування, у разі відсутності спадкоємців або виконавця заповіту укладають договір на управління спадщиною з іншою особою. Законом України "Про іпотеку" також передбачена можливість виникнення відносин управління майном. Зокрема, згідно з реч. 1 ч. 1 ст. 34 цього Закону після прийняття рішення про звернення стягнення на предмет іпотеки і з метою отримання продукції, плодів та доходів, забезпечення належного господарського використання переданого в іпотеку нерухомого майна згідно з його цільовим призначенням предмет іпотеки на підставі договору між іпотекодавцем і іпотекодержателем або рішення суду може бути переданий іпотекодержателю або іншій особі в управління на період до його реалізації у порядку, встановленому Законом України "Про іпотеку". Особливості управління грошовими коштами при будівництві житла визначені Законом України "Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю" від 19.06.2003 р.

Главою 70 ЦК України регулюється договірне зобов'язання управління майном. Договором управління майном є домовленість, за якою одна сторона (установник управління) передає другій стороні (управителеві) на певний строк майно в управління, а друга сторона зобов'язується за плату здійснювати від свого імені управління цим майном в інтересах установника управління або вказаної ним особи (вигодонабувача). У Законі України "Про фінансово-кредитні механізми і управління майном при будівництві житла та операціях з нерухомістю" міститься таке визначення договору управління майном при будівництві житла: це є договір, за яким установник управління передає управителю у довірчу власність майно з метою досягнення визначених ним цілей та встановлює обмеження щодо окремих дій управителя з управління цим майном.

За правовою характеристикою договір управління майном є реальним, двостороннім та оплатним правочином, за метою відноситься до договорів про надання послуг. Також особливостями цього договору є те, що:

- 1) управитель вчиняє фактичні та юридичні дії від власного імені в інтересах установника управління або вказаної ним особи (вигодонабувача) (ч. 1 ст. 1029 ЦК України);
- 2) управитель діє як довірчий власник (абз. 1 ч. 2 ст. 1029 ЦК України);
- 3) управитель діє без довіреності (ч. 4 ст. 1033 ЦК України). Управитель, вчиняючи фактичні та юридичні дії, пов'язані з управлінням майном, зобов'язаний повідомляти осіб, з якими він вчиняє правочини, про те що він є управителем, а не власником майна;
- 4) законом чи договором управління майном можуть бути передбачені обмеження права довірчої власності управителя. Так, згідно з ч. 1 ст. 1037 ЦК України управитель управляє майном відповідно до умов договору. Управитель може відчужувати майно, передане в управління, укладати щодо нього договір застави лише за згодою установника управління;

5) майно, що є предметом договору застави, може бути передане в управління (ст. 1039 ЦК України);

6) ст. 1032 та ст. 1033 ЦК України встановлені вимоги щодо установника управління та управителя як сторін договору;

7) управитель може доручити іншій особі (замісникові) вчинити від його імені дії, необхідні для управління майном, якщо це передбачено договором управління майном або цього вимагають інтереси установника управління або вигодонабувача;

8) підстави та обсяг відповідальності управителя визначені ст. 1043 ЦК України;

9) договір управління майном припиняється як на загальних так і спеціальних підставах, що передбачені ст. 1044 ЦК України.

Аналізуючи особливості договору управління майном, на нашу думку, до переліку істотних умов цього договору, що вказані в ст. 1035 ЦК України необхідно додати таку умову як строк дії договору. Оскільки виходячи зі змісту ст. 1036 ЦК України, договір управління є строковим. Так, в абз. 2 ч. 1 цієї статті зазначено, якщо сторони не визначили строку договору управління майном, він вважається укладеним на п'ять років. Тому пропонуємо ст. 1035 доповнити пунктом третім такого змісту "3) строк дії договору."

Щодо правового регулювання відносин за окремими видами договору управління майном поділяємо точку зору таких вчених як А. В. Зинов'єва [1] та К. Г. Некім [2]. Відносини управління майном при опіці над майном фізичної особи, яка визнана безвісно відсутньою, а також фізичної особи, місце перебування, якої невідомо, відносини управління спадщиною та управління предметом іпотеки регулюються главою 70 ЦК України з урахуванням особливостей, що визначені спеціальним законодавством.

#### **Список використаних джерел**

1. Зинов'єва А. В. Договір управління майном безвісно відсутньої особи: матеріальний аспект, порядок та процедура нотаріального посвідчення / А. В. Зинов'єва // Вісник Вищої ради юстиції. – 2011. – № 1 (5). – С. 186-199.

2. Некім К. Г. Управління спадковим майном: українська та європейські реалії / К. Г. Некім // Часопис цивільстики. – 2016. – Вип. 20. – С. 157-161.

**Фіщик С. О.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

### **МЕДІАЦІЯ, ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ВИРІШЕННЯ СПОРІВ ПРИ КОНСУЛЬТУВАННІ У ЮРИДИЧНИХ КЛІНІКАХ**

Сферу альтернативних методів врегулювання спорів на території України наразі важко назвати добре розвиненою. Однак за нинішніх умов, як це не дивно, маємо гарну можливість для розширення застосування подібних методів (зокрема, медіації) в українській юридичній практиці.

За науковою термінологією "медіація" (англ. mediation – посередництво) – вид альтернативного врегулювання спорів, метод вирішення спорів із залученням посередника (медіатора), який допомагає сторонам конфлікту налагодити процес комунікації і проаналізувати конфліктну ситуацію таким чином, щоб вони самі змогли обрати той варіант рішення, який би задовольняв інтереси і потреби усіх учасників конфлікту. На відміну від формального цивільного процесу, під час медіації сторони доходять згоди самі – медіатор не приймає рішення за них [1].

Так, впровадження медіації в Україні включено до Плану дій щодо імплементації кращих практик якісного та ефективного регулювання, відображених Групою Світового банку в методології рейтингу "Ведення бізнесу", затвердженого Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 р. №1406-р [1].

Що ж стосується європейської практики запровадження медіації, то Директива 2008/52/ЄС Європейського Парламенту та Ради з певних аспектів медіації в цивільних і комерційних справах була затверджена ще 21.05.2008 р. та передбачала імплементацію

відповідних норм у законодавство держав-членів до 21.05.2011 р. Директива про медіацію закріплює основні принципи проведення та запровадження механізму медіації в національне законодавство країн-членів ЄС. Варто також зазначити, що обсяг регулювання Директиви про медіацію передбачає її застосування до міжнародних спорів, проте звіт про перебіг застосування цієї директиви, виданий Комісією Європейського парламенту у 2016 р. свідчить про те, що майже всі країни ЄС (окрім трьох) поширили також обсяг регулювання відповідних положень національного законодавства про медіацію в цивільних і комерційних справах на подібні спори, що виникають між резидентами однієї країни [2].

Так, починаючи з 2015 р. і дотепер у Верховній Раді України було зареєстровано кілька проєктів Закону “Про медіацію”, проте на сьогодні законодавча процедура ще триває. Наразі у парламенті представлені два законопроєкти (№ 3665 та №3665-1), враховуючи висновки Головного науково-експертного управління, обидва мають низку недоліків. Однак законопроєкт № 3665 було прийнято у першому читанні й наразі триває робота з його доопрацювання та підготовки до другого читання.

Щодо дискусійних питань впровадження медіації в Україні, варто відзначити, що не всі вони стосуються саме положень законопроєкту, але більшість з них знайшла своє відображення у його положеннях [2].

Слід зазначити, що основними принципами медіації є прояв поваги один до одного, уміня слухати й чути, обов’язкове дотримання конфіденційності – це можливість для учасників суперечки вийти з неї “переможцем при відсутності переможених”. Саме ці принципи є надзвичайно близькими із принципами, які існують при консультуванні у юридичних клініках.

Консультант, який працює зі сторонами, допомагає людям розпізнавати особисті потреби й інтереси, вирішувати конфлікти і приходити до консенсусу. Спочатку, звісно, консультант працює лише з однією стороною, яка має на меті отримати лише юридичне інформування у відповідній справі. Вже при розмові, консультант сам пропонує особі спробувати вирішити даний спір мирним шляхом. Тобто, пропонує певні варіанти, які би були комфортними для обох сторін не звертаючись до суду. Вагомим аргументом є економія коштів та часу, адже переважними клієнтами у юридичних клініках є саме малозабезпечена верства населення.

У такому випадку видається, що стандартна форма медіації дещо змінена, адже робота проходить лише з однією зі сторін. Однак, у подальшому функцію медіатора бере на себе вже та сторона, яка намагається запропонувати іншій стороні конфлікту вирішити питання, не подаючи жодних позовних заяв.

Слід дійти до висновку про те, що практично щодня консультанти юридичних клінік зустрічаються з медіацією, іноді навіть не замислюючись про це. Як результат, кожна зі сторін добровільно приймає рішення щодо участі в переговорах і усвідомлює, що рішення може бути досягнуте тільки шляхом співробітництва, а можливість добровільного припинення процесу існує на будь-якому етапі. Консультанти дотримуються обов’язково принципу конфіденційності: усе, що відбувається на медіації, не розголошується ні медіатором, ні сторонами (за винятком ситуацій, коли сторони планують завдати шкоди собі чи комусь).

Також у відповідній співпраці повинна бути наявна щирість намірів щодо вирішення конфлікту та неупередженість посередника, що дасть змогу правильно вирішити той чи інший спір. У діяльності консультантів юридичних клінік повинна бути нейтральність, безоціночність, адже під час процесу медіатор не займає позицію однієї зі сторін, не оцінює їх, а в однаковій мірі допомагає обом. Консультант-медіатор є нейтральним відносно конфлікту (не “втягується” у суперечку) і, в той же час, широко прагне допомогти сторонам знайти найкраще для обох рішення.

#### **Список використаних джерел**

1. Медіація: європейський досвід і українські реалії : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://yw-gazeta.com/publications/practice/inshe/mediaciya-evropeyskiy-dosvid-i-ukrayinski-realiyi.html>.
2. Кохан Г. Чи потрібна медіація Україні : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://yurradnik.com.ua>.

**Волинець Т. В.**

к.ю.н., доцент,

**Слиган Я. В.**

студентка

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОДАТКУ НА НЕРУХОМЕ МАЙНО, ВІДМІННЕ ВІД ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ З КРАЇНАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

У зв'язку із набранням чинності Податкового кодексу України однією з актуальних проблем в Україні стало реформування податкової системи нашої держави. Особливу увагу приділяється саме введення в дію окремих видів податків з метою побудови сучасної податкової системи. Прийняття Податкового кодексу України стало важливим кроком на шляху адаптації податкового законодавства України до законодавства Європейського союзу. Податковий кодекс спрямований на створення в Україні стабільної податкової системи, з метою запобігання випадкам подвійного оподаткування.

Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки, намагалися впровадити ще наприкінці минулого століття, але існували певні перешкоди. Тільки у Податковому кодексі України цей податок було впроваджено з 01.01.2013 р. Цей дуже важливий етап на шляху адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу.

У ПКУ зазначено, що платниками податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки є фізичні та юридичні особи, в тому числі нерезиденти, які є власниками об'єктів житлової та/або нежитлової нерухомості.

Об'єктом оподаткування є об'єкт житлової та нежитлової нерухомості, в тому числі його частка [1].

Що ж стосується міжнародної практики оподаткування нерухомого майна, то доцільно звернути увагу на досвід зарубіжних країн, адже у багатьох країнах цей податок запроваджено досить давно, що має стати прикладом для нашої країни. Розглянемо досвід декількох країн-членів ЄС у даному напрямку.

Як показує досвід Франції, то до державних податків, об'єкти оподаткування яких по в'язані з нерухомим майном, відносяться податок на власність, податок на майно, податок на спадщину та дарування, податок на приріст капіталу [5].

Французькі та іноземні юридичні особи, які володіють безпосередньо або побічно нерухомим майном на території Франції, обкладаються податком на майно. Французькі юридичні особи сплачують податок за ставкою, максимальний розмір якої становить 1,5 %. Для іноземних юридичних осіб встановлена ставка податку 3 %. Податок на спадщину та дарування стягується при всіх видах переходу прав власності. Законодавством визначені єдині ставки як на спадкування, так і на дарування, які побудовані за принципом подвійної прогресії. Податок на приріст капіталу діє з 1976 р. [4].

Об'єктом оподаткування виступають нерухомість і деякі види особистої власності. Податковою базою є чистий приріст капіталу (після вирахування збитків), який визначається як різниця між продажною і купівельною ціною майна. Особи, які не є резидентами, і фізичні особи, які постійно проживають поза країною, обкладаються податком на прибуток від продажу нерухомості, розташованої на території Франції. У разі продажу нерухомості у перший після покупки рік податок становить 33,3 %, що зменшує спекуляції з нерухомістю, особливо з дорогою. Якщо продавець володів нерухомістю більше п'яти років, то оподатковувана база знижується на 10 % за кожний наступний рік після п'ятого року володіння. При продажу після 15 років володіння податок не стягується [2].

Стосовно пільг від оподаткування можна казати, що від оподаткування звільняється майно, яке використовується для професійної діяльності, – твори мистецтва, певні види приватних колекцій (книг, марок). Звільняються від обкладення такими податками насамперед приміщення: що використовуються у виробничих цілях, власник яких виплачує промисловий податок, за умови, що ці приміщення не є складовою частиною більшого житлового приміщення (тобто виробничі, ремісничі й комерційні приміщення), що використовуються в соціальних (громадських) цілях: їдальні, медичні установи, роздягальні тощо [4]. Підлягають звільненню від сплати податку на житло юридичні особи, які діють у сфері науки, освіти та різної допомоги – медичної, соціальної та ін. Не справляється цей податок з представництв іноземних дипломатичних, торговельних і консульських служб тощо. Податковий кодекс Франції передбачає для малозабезпечених громадян можливість повного або часткового звільнення від сплати податку на житло за місцем основного проживання. Можуть застосовуватися різні знижки з податку на житло за велику родину, за постійне місце проживання, сім'ям з низькими доходами тощо (від 5 до 15 %, а за спеціальним законодавством і більше) [3].

Відносно пільг для українських платників можна казати, що база оподаткування об'єкта/об'єктів житлової нерухомості, в тому числі їх часток, що перебувають у власності фізичної особи-платника податку, зменшується:

- а) для квартири/квартир незалежно від їх кількості – на 60 кв. м;
- б) для житлового будинку/будинків незалежно від їх кількості – на 120 кв. м;
- в) для різних типів об'єктів житлової нерухомості, в тому числі їх часток (у разі одночасного перебування у власності платника податку квартири/квартир та житлового будинку/будинків, у тому числі їх часток), – на 180 кв. м.

Таке зменшення надається один раз за кожний базовий податковий (звітний) період (рік) [1].

До квітня 1990 р. система місцевого оподаткування в Великій Британії включала податок на виробничу нерухомість і податок на житлову нерухомість. Але з квітня 1990 р. податок на виробничу нерухомість було переведено із місцевих до загальнодержавних, а податок на житлову нерухомість замінено на подушний податок [2].

Таким чином, можна зробити певні висновки з даного дослідження.

У Великій Британії податкові ставки залежать безпосередньо від місця розташування об'єкта і визначаються місцевими органами.

В Україні податок сплачується за місцем розташування об'єкта оподаткування і зраховується до відповідного бюджету.

#### **Список використаних джерел**

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 13-14, 15-16, 17. – Ст. 112.
2. Стіпахно В. І. Зарубіжний досвід стягнення податку на нерухомість / В. І. Стіпахно // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. – № 9. – С. 18-25.
3. Токар В. В. Оподаткування майна в Україні: зарубіжний досвід та перспективи удосконалення / В. В. Токар, С. С. Хорошасев // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2014. – № 1. – С. 397-405.
4. Фліссак Н. Світовий досвід у справлянні податку на нерухоме майно / Н. Фліссак // Консультант. – 2010. – № 34. – С. 23-30.
5. Шкільова Н. В. До питання про місце податку на нерухоме майно, відміне від земельної ділянки, в податковій системі: порівняльно-правовий аспект / Н. В. Шкільова // Держава та регіони. – 2014. – № 1 (39). – С. 119-122. – (Серія: Право).

## ВИДИ ОБМЕЖЕНЬ ПРАВ ЛЮДИНИ

Конституція України, закони України та міжнародно-правові угоди, до яких приєдналася Україна, встановлюють певний перелік обмежень, які може встановити держава стосовно прав людини. Такі заходи є цивілізованим способом регулювання міри свободи людини в суспільстві та зумовлені тим, що нормальний процес функціонування та розвитку суспільства породжує ситуації, які потребують від держави правомірного встановлення обмеження прав людини.

При цьому необхідним є здійснення класифікації встановлення обмеження прав і свобод людини, що сприятиме виявленню його природи та основних ознак. Класифікація обмежень має також прикладне значення, оскільки дозволить визначити місце окремих обмежень прав у їх системі та дасть змогу визначити режим їх функціонування. Для встановлення такого режиму необхідно визначити види обмежень прав людини за різними критеріями, зокрема: територією, часом дії, колом осіб, формою та ін.

Обмеження прав людини можна класифікувати за такими критеріями:

1. За юридичним статусом суб'єкта встановлення: державні (встановлені внутрішнім законодавством конкретної держави) та міжнародні (встановлені міжнародними нормативними актами).

2. За метою встановлення: звуження можливості здійснення суб'єктивного права людиною або стримування антисуспільної поведінки.

3. За територією застосування обмеження: міжнародні та внутрішньодержавні. Міжнародні обмеження прав людини, у свою чергу, поділяються на універсальні (наприклад, стандарти обмеження прав, встановлювані в рамках ООН) та регіональні (наприклад, норми в галузі прав людини, що діють щодо країн – учасниць Ради Європи). Внутрішньодержавні поділяються на загальні та локальні, спеціальні та партикулярні.

4. За ступенем відповідності міжнародним стандартам прав і свобод людини: правомірні та неправомірні.

5. За характером нормативної фіксації: звуження сфери нормативного змісту та (або) обсягу прав і свобод людини.

6. За ступенем визначеності: абсолютно визначені (обмеження-норма має визначений зміст та (або) обсяг прав у законі), відносно визначені обмеження (закон, що містить норму-обмеження, має абстрактний зміст та (або) невизначений обсяг прав людини, що обмежуються).

7. За обсягом та видом прав і свобод людини: загальні (стосуються усіх прав), спеціальні (які встановлюються щодо певної групи прав), виключні (поширюються лише на одне конкретне право). Спеціальні обмеження прав людини, в свою чергу, поділяються на підвиди: обмеження громадянських, політичних прав і обмеження соціальних, економічних, культурних прав людини; обмеження абсолютних та відносних прав людини.

8. За колом осіб та сферою нормативного змісту: загальні, спеціальні (окремі категорії осіб із спеціальним правовим статусом), одиничні обмеження.

Європейська конвенція про захист прав людини і основоположних свобод застосовує у ст. 15 загальні обмеження (іноді їх називають “генеральними клаузулами”), у ст. 8 спеціальні обмеження (обмеження окремих основних прав, які визначають носія, сферу нормативного змісту і обставини, що допускають втручання органів державної влади в певну сферу) та у ст. 5 одиничні обмеження прав людини (обмежується одне право) [1].

Загальні і спеціальні обмеження прав людини співвідносяться як “загальна” і “особлива” частини [2, с. 97]. Як правило, ця загальна частина має теоретичний характер. Конституційні межі допустимості обмеження основних прав виступають ефективними

правовими засобами, що встановлюють перешкоди для свавілля публічної влади і запобігають вихолощенню істинного значення прав. Особлива ж частина спрямована на аналіз окремих основних прав і дає змогу оцінювати ефективність реалізації конституційно-правових норм.

Обмеження прав і свобод може бути пов'язане із особливостями правового статусу певних категорій осіб – іноземців або осіб без громадянства, державних службовців та/або осіб, які є носіями інших публічних повноважень.<sup>9</sup> За способом правового регулювання: забороняючі, зобов'язуючі та дозвільні.

Зазначена позиція підтримується В. О. Мікрюковим, який наголошує, що обмеження права власності як встановлення чи зміна меж здійснення права власності має вираження у звуженні наявних дозволів, накладенні заборон та додаткових позитивних обов'язків [3, с. 12].

10. За стадією правового регулювання: правотворча, правозастосовча та правореалізаційна.

Виходячи з юридичної сили нормативно-правових актів, обмеження прав і свобод людини закріплюються безпосередньо Конституцією і законами. При розгляді внутрішньодержавних обмежень прав виникає проблема їх поділу на універсальні (діють на території всієї держави) і локальні (мають юридичну силу тільки на території окремих місцевостей).

11. За тривалістю у часі: постійні та тимчасові.

Конституція України передбачає тимчасові обмеження прав в умовах введення виняткових правових режимів (воєнного або надзвичайного стану). Можливість обмеження прав в умовах надзвичайного стану є загальноновизнаним фактом і відповідає стандартам прав людини, закріпленим міжнародно-правовими актами: Міжнародним пактом про громадянські і політичні права (ст. 4); Європейською конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод і протоколами № 1-11.

Постійні обмеження закріплюються без зазначення терміну дії. Тимчасові правові обмеження запроваджуються на певний термін або на час дії певних обставин. При встановленні обмеження прав і свобод людини в умовах введення виняткових правових режимів відбувається надання більше повноважень державним органам та звуження змісту або обсягу прав і свобод людини.

12. За юридичною природою нормативно-правового акта: законні (встановлені законами) та підзаконні (які встановлюються підзаконними нормативно-правовими актами).

#### **Список використаних джерел**

1. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод: від 04.11.1950 / Рада Європи. – Міжнародний документ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995\\_004](http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/995_004).
2. Малько А. В. Права человека в России и Европейская Конвенция о защите прав человека и основных свобод. Ч. 1 / А. В. Малько ; [отв. ред. В. И. Новоселов]. – Саратов : Ин-т российского и международного права, 1997. – 257 с.
3. Микрюков В. А. Ограничения и обременения гражданских прав / Виктор Алексеевич Микрюков. – М. : Статут, 2007. – 255 с.

**Санагурська Г. М.**

к.ю.н., доцент,

**Тишков Д. Д.**

студент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ДОТРИМАННЯ ПРАВ БІЖЕНЦІВ І ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ В УКРАЇНІ ТА ЄС**

Внаслідок війн, терористичних актів, переслідувань за ознаками раси, віросповідання, національності, належності до певних соціальних груп та політичних переконань особи набувають статусу “біженець” або “переселенець”. Ці два поняття не є однаковими. Громадяни, які мігрують в межах однієї країни, – переселенці, а біженці – це ті люди, які виїжджають за межі своєї країни, тобто за кордон.

Зважаючи на те, що сьогодні світова спільнота потерпає від воєн та терористичних нападів, зокрема і наша держава, актуальність теми є однозначною. Ми спробуємо проаналізувати в якій мірі дотримуються права біженців та переселенців в Україні та країнах Європейського союзу (далі – ЄС).

### **Статистика біженців та переселенців за останні роки, в Україні та ЄС.**

За останні два роки Україна, поряд з країнами Середнього Сходу та Екваторіальної Африки, потрапила у літери за кількістю внутрішньо переміщених осіб (далі – ВПО).

За даними Міністерства соціальної політики України станом на 23 січня 2017 року, за даними структурних підрозділів соціального захисту населення обласних та Київської міської державних адміністрацій, взято на облік 1 648 852 переселенці або 1 327 687 сімей з Донбасу і Криму. Це досить значна чисельність переселенців – більша, ніж чисельність населення багатьох країн світу, у тому числі європейських. Наприклад, населення Чорногорії на 2016 р. складало – 622 781 тис., Естонії – 1 316 млн. осіб [1]. Незважаючи на те, що за три роки державні органи не зуміли виробити дієву систему відновлення та захисту прав внутрішньо переміщених осіб навіть на підконтрольній території, велика їх кількість продовжує виїжджати за межі окупованих територій.

Що ж до інших країн, то за даними ООН більша частина шукачів притулку, походять із Сирії, Афганістану, Сомалі, Південного Судану, Судану, Демократичної Республіки Конго, Центральноафриканської Республіки, М'янми та Еритреї. Станом на липень 2015 року, 67 % зареєстрованих протягом півроку заявок сирійців були подані в країнах ЄС: у Німеччині (29 %), Сербії та Косово (16 %), Угорщині (9 %), Австрії (7 %) та Швеції (6 %). Значно зросла частка прийнятих позитивних рішень щодо надання статусу біженця. За даними Євростату, вже протягом 2016 року до ЄС прибуло 132 791 осіб [2].

### **Що спричиняє потік біженців і переселенців в Україні та ЄС?**

У першу чергу, треба виділити політичні та етнічні причини, що постійно провають збройні конфлікти різного ступеня. Так, значний наплив біженців до країн Європейського Союзу викликали військові конфлікти в Сирії, політична нестабільність у Лівії, Афганістані та Іраку, відсутність реальних перспектив політичної, військової та економічної стабільності в деяких країнах Азії та Близького Сходу [3].

На сьогоднішній день, переміщення великих потоків людей з місць їх постійного проживання в Україні відбувається внаслідок збройного конфлікту на території Донецької і Луганської областей, та окупації Криму.

Серед інших причин, що сприяють збереженню значної кількості біженців та переміщених осіб, необхідно виділити також причини, зумовлені погіршенням навколишнього середовища, екологічною кризою, збільшенням стихійних лих та природних катастроф.

### **Основні проблеми, які виникають у біженців і ВПО в Україні. Способи їх вирішення.**

Переміщені особи в Україні мають значні проблеми: 1) доступ до соціальних послуг; 2) пошук довготермінового житла та працевлаштування; 3) оформлення реєстрації. Більшість ВПО забезпечені тимчасовим житлом та допомогою від місцевої влади, громадських організацій та жертв від приватних осіб. Однак, цього не достатньо.

Вважаємо, що створення обласних центрів для координації допомоги ВПО, суттєво поліпшить нинішні проблеми, які виникають у переселенців. Вдалим прикладом, на нашу думку, є реалізація проекту ЄС “Центр адаптації переселенців та підприємців із зони АТО та Криму у Вінницькій області”. В цьому центрі підприємцям і власникам малих та середніх підприємств із зон конфлікту пропонується ряд можливостей і переваг, які дозволять їм швидко і ефективно організувати чи відновити підприємницьку діяльність на території Вінницької області. Поновлення діяльності бізнес-переселенцями дозволить їм зберегти і реалізувати накопичений потенціал і досвід ведення бізнесу, що включає ділові контакти з постачальниками і споживачами, виробниче або торгове обладнання, управлінські технології роботи, інноваційні розробки, тощо. На нашу думку, цей проєкт має свої певні недоліки,

однак загалом є вдалим засобом допомоги переселенцям, який сприяє розвитку економіки та малого бізнесу. Мабуть, було б доцільно створювати подібні центри в інших областях України.

### **Проблема біженців та ВПО в країнах ЄС. Способи їх вирішення.**

Динамічний приплив мігрантів вже сьогодні змушує низку країн ЄС оперативно реагувати на проблему шляхом облаштування новоприбулих, створення для них спеціальних таборів і забезпечення людей гуманітарною допомогою (харчуванням і медобслуговуванням). Німеччина, яка є найбільш популярною серед біженців європейською країною, збільшила до 10 млрд. євро заплановані витрати на прийом переселенців. Збереження нинішньої динаміки напливу східних мігрантів у найближчій перспективі призведе до ще більшого зростання економічного тягаря, який ляже на бюджети країн і як наслідок – на плечі рядових громадян-платників податків країн ЄС. Окремою істотною проблемою може стати додатковий тиск прибулих біженців на ринок праці в європейських країнах, що, у свою чергу, може посилити проблему безробіття ще більшою мірою, ніж вона актуалізована сьогодні [4]. На противагу українській практиці, у країнах ЄС біженцям надають тимчасове безоплатне житло, медичне страхування, а також щомісячні грошові виплати (близько 300 євро).

Отже, захист та дотримання прав і свобод біженців та переселенців в Україні дотримуються, але через брак коштів та досвіду, до рівня політики ЄС в даному питанні ще далеко. Україні варто запозичити позитивний досвід західних країн. Завдяки своїй нормативно-правовій базі, чітко складеній системі приймання, поселення та надання соціальної допомоги біженцям, країни ЄС справляються з великими масштабами їх напливів.

#### **Список використаних джерел**

1. Солодзько А., Фітисова А. Міграційна криза в ЄС: статистика та аналіз політики : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://cedos.org.ua/uk/migration/mihratsiina-kryza-v-yes-statystyka-ta-analiz-polityky>.
2. Різке збільшення внутрішнього переміщення в Україні : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://unhcr.org.ua/uk/novini/novyny/1290-rizke-zbilshennya-vnutrishnogo-peremishchennya-v-ukrajini>.
3. Кермач Р. Проблема біженців в ЄС: довгострокові наслідки нового виклику : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dif.org.ua/article/problema-bizhentsiv-v-es-dovgostrokovyi-naslidki-novogo-vikliku>.
4. Біженці в Україні: дороги і роки поневірян : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uain.press/articles/bizhentsi-v-ukrayini-dorogy-roky-poneviryan-601797>.

**Скрекля Л. І.**  
к.ю.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ДО ПИТАННЯ ПРО ПОНЯТТЯ НЕДОБРОСОВІСНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

Важливою складовою механізму ринкової економіки є конкуренція – економічний процес взаємодії і боротьби товаровиробників за найбільш вигідні умови виробництва і збуту товарів, за отримання найбільших прибутків. Добросовісна конкуренція сприяє розвитку і успіху підприємства. Однак, змагання в середовищі суб'єктів господарювання за споживчий попит на ринку може здійснюватися як сумлінно, так і такими методами суперництва, що завдають шкоди споживачам, конкурентам і суспільству в цілому. У даному випадку мова йде про недобросовісну конкуренцію – явище вкрай небажане для української держави в період побудови ринкових відносин, що відповідають світовим стандартам.

Поняття “недобросовісна конкуренція” на сьогодні недостатньо досліджене в наукових колах і закріплене на законодавчому рівні в Україні для того щоб ставити крапку у вивченні цього питання. Підтвердженням сказаного служить відсутність в Україні, перш за все, критеріїв чи механізмів віднесення певних дій до торгових та інших чесних звичаїв, що в свою чергу сприяє виникненню ситуації, при якій створюється значний простір антимонопольним органам і національним судовим органам України для тлумачення самого

акту недобросовісної конкуренції за рахунок використання широко застосовуваних та гнучких критеріїв – правил, торгових і інших чесних звичаїв. А це у свою чергу може нанести значну, а іноді непоправну шкоду самій конкуренції.

Конкуренція – органічний елемент функціонування ринку. Поза ринком практично неможлива здорова економічна конкуренція, а без використання й розвитку механізму конкуренції неможливі ринкова рівновага і повноцінний ринок. Однак змагання у середовищі суб'єктів господарювання за споживчий попит на ринку може здійснюватися як добросовісно, так і такими методами суперництва, що завдають шкоди споживачам, конкурентам і суспільству загалом. Прагнення підприємців досягти певних переваг у підприємницькій діяльності зі значно меншими витратами, ніж за умов добросовісної конкуренції, стає причиною появи так званої недобросовісної конкуренції. В Україні недобросовісна конкуренція є особливим видом порушення конкурентного законодавства. Відповідно до статті 1 Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції” від 7 червня 1996 р. недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності. До таких дій відносяться наступні:

1. Неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання (неправомірне (тобто без дозволу) використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу; порівняльна реклама).

2. Створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції (дискредитація господарюючого суб'єкта – тобто поширення неправдивих, неповних або неточних відомостей, які завдають шкоди діловій репутації конкурента; схилення до бойкоту господарюючого суб'єкта; схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника); підкуп працівника, посадової особи постачальника, покупця; досягнення неправомірних переваг у конкуренції – тобто шляхом порушення законів; поширення інформації, що вводить в оману).

3. Неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці [1].

Недобросовісна конкуренція завдає шкоди як споживачам, так і ринку. На конкурентному ринку споживачі мають змогу ознайомитися з перевагами та недоліками товарів, що пропонуються, і вибрати ті, що можуть повністю задовольнити їхні потреби. Ідеальне становище на ринку – це наявність реклами та можливість для споживача об'єктивно оцінити продукцію та прийняти усвідомлене рішення стосовно купівлі.

Основними формами недобросовісної конкуренції є:

– неправомірне використання чужих позначень, рекламних матеріалів, упаковки – використання без дозволу уповноваженої на те особи чужого імені, фірмового найменування, знаків для товарів і послуг, інших позначень, а також рекламних матеріалів, упаковки товарів, назв літературних, художніх творів, періодичних видань, зазначень походження товарів, що може призвести до змішування з діяльністю іншого господарюючого суб'єкта, який має пріоритет на їх використання;

– дискредитація господарюючого суб'єкта – поширення у будь-якій формі неправдивих, неточних або неповних відомостей, пов'язаних з особою чи діяльністю господарюючого суб'єкта, які завдали або могли завдати шкоди діловій репутації господарюючого суб'єкта;

– купівля-продаж товарів, виконання робіт, надання послуг із примусовим асортиментом – купівля-продаж одних товарів, виконання робіт, надання послуг за умови купівлі-продажу інших товарів, виконання робіт, надання послуг, не потрібних споживачу;

– схилення господарюючого суб'єкта до розірвання договору з конкурентом – чинене з корисливих мотивів або в інтересах третіх осіб спонукання господарюючого суб'єкта – учасника договору до невиконання або виконання неналежним чином договірних зобов'язань перед цим конкурентом шляхом надання або пропонування господарюючому

суб'єкту – учаснику договору, безпосередньо або через посередника, матеріальної винагороди, компенсації чи інших переваг [2, 162].

Споживачі мають право на належну якість товарів, торговельного обслуговування, безпеку товарів та на необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів. Відповідно до ст. 42 Конституції України держава забезпечує захист конкуренції у підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним становищем на ринку, неправомірне обмеження конкуренції та недобросовісна конкуренція. Система захисту від недобросовісної конкуренції на сьогодні є достатньо розвинutoю, включає в себе відповідну нормативно-правову базу – конкурентне законодавство, контрольну діяльність у цій сфері державного органу із спеціальним статусом Антимонопольного комітету України, а також діяльність державних органів, суб'єктів господарювання, їх об'єднань, споживачів та громадськості, що регулюється законодавством. Тому одним із головних методів боротьби з недобросовісною конкуренцією є захист інтересів споживачів [3, 62].

Таким чином, забезпечення фінансово-економічної безпеки в діяльності підприємства залишається досить актуальним питанням на сьогоднішній день в Україні. Для ефективного захисту інтересів суб'єктів господарювання від недобросовісної конкуренції необхідно не просто боротись з нею нормативними та адміністративними методами, а створювати такі умови, за яких було б невігідно порушувати правила чесної конкуренції.

#### **Список використаних джерел**

1. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 7 червня 1996 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%82%D1%80>.
2. Рубин Ю. Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: [учеб. для студ. вузов] / Рубин Ю. Б. – [7-е изд.]. – М. : Маркет ДС, 2010. – 608 с.
3. Руденко Т. В. Захист інтересів споживачів від проявів недобросовісної конкуренції [Текст] / Т. В. Руденко // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2011. – № 2. – С. 62-67.

**Голинська М. І.**

к.ю.н., старший викладач

Львівського торговельно-економічного університету

## **ФОРМУВАННЯ ІДЕЙ ПРО ПРАВА ЛЮДИНИ**

**Права людини** – це комплекс природних і непорушних свобод і юридичних можливостей, обумовлених фактом існування людини в цивілізованому суспільстві.

Права людини мають природну сутність і є невід'ємними від індивіда, вони позатериторіальні і позанаціональні, існують незалежно від закріплення в законодавчих актах держави, є об'єктом міжнародно-правового регулювання та захисту [3].

Права і свободи людини і громадянина окреслюють певну сферу автономного існування індивіда, його життєдіяльності як члена суспільства. Ці правові можливості мають розцінюватися як своєрідні юридичні блага, зміст яких полягає у встановленні і гарантуванні певних меж свободи/несвободи особи. Тому права і свободи людини і громадянина є органічною складовою юридичною частиною особистості як соціальної характеристики людини, входять до її структури. Вони формуються історично в ході розвитку людської спільноти, і тому на кожному історичному етапі існує більша або менша сукупність прав і свобод.

Права і свободи людини і громадянина є невід'ємні. Держава не дарує прав людині, а тому держава не може їх і відібрати. Держава, що порушує або обмежує права людини, має нести за це відповідальність. Цей принцип знайшов закріплення в Конституції України (ст. 56 Конституції України). Кожному гарантується право на оскарження в суді рішень, дій чи бездіяльності органів державної влади, органів місцевого самоврядування, посадових чи службових осіб (ст. 55 Конституції України).

Визнання державою прав і свобод людини і громадянина шляхом закріплення їх у конституції та інших законодавчих актах є першим і необхідним кроком до їх утвердження і реалізації. Однак тільки цим роль держави у сфері прав і свобод людини і громадянина не повинна обмежуватися. Вона має докладати всіх можливих зусиль для гарантування, охорони й захисту прав і свобод людини і громадянина, що визначає головний напрямок гуманізації держави, основні її гуманітарні характеристики.

Аристотель говорив про право (і природне, і волевстановлене) тільки як про політичне право, тобто таке, яке можливе і має місце лише у державі. За ним, природне право можливе тільки як політичне право, а права людини – лише як права громадянина (що є членом полісу). Особливо слід визначити послідовну позицію Аристотеля у питанні захисту права особи на приватну власність та індивідуальну сім'ю.

Досліджуючи праці римських юристів бачимо, що ними був зроблений суттєвий внесок у розвиток юридичних уявлень про права людини. Абстрактне уявлення про природно-правову справедливість було трансформовано в принцип позитивного права і стало основним критерієм дійсного права. Саме ідеєю справедливості, тобто відповідності права вимогам життя, керувались римські юристи, створюючи “право юристів”.

Для середньовічного періоду розвитку прав людини характерні певні здобутки, які виникали як компроміс та вперше закріплювалися у певній юридичній формі. Так, у середньовічній Англії протистояння короля із баронами та лицарями завершилося прийняттям у 1215 році Великої хартії вольностей, яка обмежувала абсолютну владу монарха і передусім його майнові права, заклала підвалини принципів відповідності провини і покарання, презумпції невинуватості, проголошувала право вільно пересуватися по території Англії, покидати країну та повертатись до неї тощо [4, с. 139].

О. Ф. Скаун зазначає у своїх працях, що у XVII-XVIII ст. за часів буржуазно-демократичних революцій ідея про права людини відображається в теорії природного (природженого) права, що дозволила оцінювати з позицій справедливості діюче в державі позитивне право, проводити його перетворення в напрямку гуманізму і свободи. Ідея прав людини, заснована на теорії природного (природженого) права, знаходить втілення в нормативних актах держав Європи та світу [2, с. 209].

Проголошені в Декларації прав людини і громадянина ідеї мали значний вплив на погляди передових вчених тих країн (Німеччини, Росії, інших країн Східної Європи), де на порядок денний була поставлена необхідність здійснення прогресивних буржуазних перетворень, складовою яких була боротьба за права і свободи людей [1, с. 30-31].

На початку XX ст., особливо після Першої світової війни і створення Ліги націй та Міжнародної організації праці, права людини почали входити у сферу впливу міжнародного правового регулювання. Питання захисту прав людини виходять за національні межі і стають об'єктом регулювання міжнародного права [1, с. 33]. Загальна декларація прав людини стала рубіжним правовим актом всесвітнього масштабу, яка закріпила документально ідею прав людини і була затверджена та проголошена Генеральною асамблеєю ООН 10 грудня 1948 року.

Сучасний перелік прав людини, зафіксований у багатьох міжнародно-правових актах і в конституціях правових держав. Сучасні еталони і стандарти у сфері прав людини пройшли свій непростий розвиток та тернистий шлях до втілення ідей у повсякденну практику.

#### **Список використаних джерел**

1. Крезул Ю. І. *Права і свободи людини : навч. посіб. для студентів вузів* / Крезул Ю. І., Ладиченко В. В., Орленко О. І. – К. : Книга, 2004. – 288 с.
2. Сизоненко В. О. *Сучасне підприємництво*. – К. : Вікар, 1999. – 438 с.
3. Скаун О. Ф. *Теорія держави і права (енциклопедичний курс)* : підруч. для студентів вузів / О. Ф. Скаун. – Х. : Еспада, 2006. – 776 с.
4. *Теорія господарства і права: Учебник для вузов / Под ред. проф. В. М. Корельского, В. Д. Перевалова. – 2-е изд., изм. и доп. – Москва : НОРМА, 2002. – С. 540.*
5. Цвік М. В. *Загальна теорія держави і права: підруч. для студентів вузів / ред. Цвік М. В., Петришин О. В., Ткаченко В. Д. – Х. : Право, 2002. – 430 с.*

Гелей С. Д.

д.і.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### **УЧАСНИК НАЦІОНАЛЬНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ ВІКТОР ВАКУЛОВСЬКИЙ – АКТИВНИЙ ДІЯЧ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ НА РОГАТИНЩИНІ**

Після Першої світової війни та поразки Української національної революції Галичина разом із іншими українськими землями опинилася у складі Польської держави. У складних політичних і соціально-економічних умовах треба було відновити економічну основу краю – кооперативну організацію. Сповідуючи гасло Є. Олесницького про те, що не можна плакати на руїнах, а необхідно відбудовувати зруйнований край, до справи взялися учасники революції, серед яких Віктор Вакуловський.

Він народився 6 жовтня 1895 р. в селі Велика Загорівка на Чернігівщині. Сотник Армії УНР (1817-1920), учасник Зимового походу, лицар Залізного Хреста.

У 1927 р. В. Вакуловський закінчив Українську господарську академію в Подєбрадах (Чехословаччина), а в 1928 р. був прийнятий на роботу в Повітовий союз кооперативів (ПСК) в Рогатині на посаду агронома. Встановивши ділові контакти з сільськими господарствами повіту, він зумів переконати дирекцію ПСК, в тому, що праця “Сільського господаря” значно підсилить діяльність місцевої кооперації, служитиме для неї надійною основою. З того часу Рогатинська кооперація і товариство “Сільський господар” діяли спільно, а з 1935 р. директор Окружного союзу кооперативів (ОСК) Іван Поритко очолив товариство, В. Вакуловський був його заступником. Водночас повітовий агроном був обраний членом Головної ради “Сільського господаря” у Львові. В повіті В. Вакуловського активно підтримували в його стараннях дійти до кожного селянина. В повіті активно запрацювало 70 гуртків “Сільського господаря”. Щорічно відбувалися 3-4-тижневі ветеринарно-годівельні курси, які “Сільський господар” проводив у тісній співпраці з кооперацією, “Просвітою”, “Союзом українок” та іншими громадськими організаціями.

Варто згадати, що на базі філії товариства “Сільський господар” в Рогатині проходили агрономічну практику студенти Української господарської академії в Подєбрадах, зокрема такі як М. Багатирич, Т. Білоус, Б. Крушельницький, Г. Залізник, М. Шовкопляс та інші.

В. Вакуловський об’їхав майже всі села Рогатинського повіту (105), обговорив з місцевими селянами найгостріші проблеми розвитку господарства. Як зазначив Андрій Качор, “спершу їздив він по селах драбнястим возом, а від 1929 року на ровері, що йому купив ПСК”.

Сам В. Вакуловський згадував: “Повітовий союз кооператив у Рогатині заангажував мене до агрономічної праці і 28 лютого 1928 р. я приїхав до Рогатина. Перед тим 1927 р. я закінчив агрономічні студії в Українській господарській академії в Подєбрадах (Чехія). Під час студій на академічній формі і городі відбув сільськогосподарську практику протягом 3-ох років під керівництвом лектора В. Мельника”.

На села агроном виїжджав разом з директором ПСК В. Воробцем, який у своїх бесідах порушував кооперативно-економічні проблеми, а В. Вакуловський – господарсько-організаційні. Селяни, особливо сільська інтелігенція на той час мало цікавилися господарськими справами, так як були зайняті виборами до польського сейму. Агроному доводилося проявляти власну ініціативу для того, щоб зацікавити селян активніше розв’язувати господарські проблеми. Однією із таких проблем – вирощування цукрових буряків. В. Вакуловському вдалося переконати селян в тому, “що цукроварня в Ходорові давала добру ціну за буряки. В додаток господар мав корм для молочних корів: бурячанку і витлоки (жом). Крім того плантатор одержував з цукроварні певну кількість цукру та малясу.

Коли це все підрахувати, то виходило, що цукровий буряк із одиниці площі давав більший дохід, як збіжжя або фасоля, що в Рогатинщині були головними культурами”.

За словами В. Вакуловського, з допомогою велосипеда йому було легко заглянути в кожну закутину повіту. “І, так, ідучи ровером бачу, що знайомий господар заволочив посів ярини. Вітаюсь і починаю з ним розмову і звертаю увагу на нивку з пшеницею на якій страшна шаралупа – пшениця аж пожовкла. Питаю: “Чия то пшениця?” – “Та моя” – відповідає господар. “А чому б її не заволочити?” – відповідає: “багато повидирається рослин”. По довшій розмові господар заволочив пшеницю; а я настоював, щоб він її ще раз заволочив. З трудом згодився і заволочив. За тиждень приходить до мене і з радістю заявляє: “Моя заволочена пшениця виділяється від всіх інших. Стала темно-зелена і добре розкорінюється”. Подібних практичних порад було багато”.

У 1929 р. разом з директором ПСК С. Кузиком і п’яти селянами В. Вакуловський відвідав господарство М. Луцького в Янчині. Ось що він там побачив: “Стайна була чисто утримана, належно освітлена, з вентиляторами, зі стоком на гноївку, з автоматичними напувалками. Худоба стояна в окремих станках і біля кожної були записані родовід та її продукція (удої). Найкраща корова “Малина” давала денно 25 літрів молока при 5 % товщу. М. Луцький мав лише 200 моргів поля але господарка була добре організована і раціонально проваджена. Під час екскурсії відразу на місці було полагоджено справу набуття у нього расового матеріалу телят, поросят і курей, а також посівного насіння збіжжєвих культур”.

В Рогатинському повіті В. Вакуловський користувався заслуженим авторитетом, про що свідчать спогади його сучасників. Так, Р. Федюк-Янків загадувала, що товариство “Сільський господар” займалося провадженням рільничих курсів, заснуванням виробничих кооперативів, експериментальним садівництвом, плеканням кращих родів тварин і т.п. Тут дуже добре працював інженер-агроном Віктор Вакуловський. В “Союзі” і його багатогранних ділянках знаходили працю українці, яким двері до державних установ були закриті. Відбувалися виставки виплєканих тварин та продуктів, а також свята жнив, що були рівночасно своєрідними маніфестаціями невмирущости українського духу.

Інший селянин І. Юрків з Добринова відзначав добру роботу курсів городництва, садівництва та пасічництва. Серед тих, хто керував курсами був також агроном з Рогатина В. Вакуловський. Він також прилучився до становлення кооперативу в Бурштині, приклад багато старань, щоб громада села Конюшки погодилася на комасацію ґрунтів.

В статті “Окружний союз кооператив у Рогатині”, опублікованій 15 серпня 1961 р. в часописі “Свобода” В. Вакуловський проаналізував процес створення організації сільських кооперативів на Рогатинщині. Завдяки зусиллям С. Городецького, С. Кузика, С. Гладкого, Г. Скаскова, П. Бігуса, Д. Ромаха, А. Гривнака, І. Бандури та учасників Національної революції І. Поритка, В. Воробця, В. Бурачка, Т. Чорнописького, З. Кинасевича весною 1923 р. в Рогатині було засновано Повітовий союз кооперативів. Спостережну раду Союзу очолив С. Городецький, “який попри дошкульні переслідування з боку поляків, ніколи не заломився, завжди твердо і непохитно стояв на цьому становищі аж до смерті. Для рогатинців він назавжди залишився прикладом жертвенного патріота і громадського провідника”.

Початки кооперативної діяльності були, на думку автора статті, важкими, не вистачало обігових коштів, фахівців. Галицька інтелігенція на перших порах соромилася торгівлі. Перші товари члени дирекції привозили зі Львова в наплічниках, згодом в підводах і лише в 30-х рр. товари надходили безпосередньо з фабрик вагонами. І все ж, незважаючи на несприятливі умови, завдяки жертвовній праці дирекції та низових кооперативів уже в 1927 р. ПСК збудував в Рогатині триповерховий будинок з великим товарним магазином, а в 1928 р. – басейн для вапнування 10-ти вагонів яєць.

В 1930 р., за дорученням РСУК і Центросоюзу, до ПСК в Рогатині були приєднані Перемишлянський, Ходорівський та Галицький повітові союзи і таким чином Рогатинський повітовий союз став окружним (ОСК).

В ОСК нараховувалося 70 службовців, 600 осіб працювали в управах низових кооперативів. За словами В. Вакуловського “поволі утворилася одна національна родина, свідомі своєї цілі, об’єднані спільним ідеалом визволення з економічної, а вслід за тим і з політичної неволі. Кожна кооператива стала осередком громадсько-національного життя в селі – це були сильні фортеці, що відбивали всі ворожі напади. В польській державі творилася нова держава, яка жила власним національним життям, пильно слідувала за всіма його проявами і належно корегувала ці прояви на свою користь”.

В 1933 р. ОСК організував збут збіжжя і квасолі, спочатку в Рогатині, а згодом й у всіх чотирьох повітах. Зерно і квасоля в магазинах ОСК очищалися, сортувалися до відповідного стандарту й продавалися на біржі у Львові. Вдалося значно поліпшити сорти збіжжя, яке не відрізнялося від двірського, а часто навіть було кращим. За даними В. Вакуловського, який з 1936 р. перейшов на працю до Кооперативного союзу, як референт збуту сільськогосподарських продуктів, “у тому часі ОСК диктував ціни на всі ці сільськогосподарські продукти у всіх чотирьох повітах і був безконкуренційним, бо його ціни були вищі міського ринку. Добра ціна, точна вага, чемна і солідна обслуга за короткий час причинилася до того, що все селянське збіжжя надходило до магазинів ОСК”.

В. Вакуловський був активним діячем Товариства українських агрономів, статут якого було зареєстровано 6 жовтня 1936 р. Перші загальні збори товариства відбулися 25 листопада 1936 р. Головою було обрано Михайла Хроновята, а В. Вакуловського – членом ради. На других зборах Товариства, що відбулися 19 квітня 1937 р. і на третій, які відбулися 30 березня 1938 р. головою товариства було обрано В. Вакуловського. Саме під його керівництвом збори обговорили і затвердили план фінансування агрономічної праці в краю та обрали комісії: фінансову, видавничу, професійних справ та дисциплінарну.

У 1939 р., з приходом більшовиків в Галичину В. Вакуловський залишає Рогатин і, перейшовши річку Сян, перебирається в Холм. Там організовує Повітовий союз кооперативів і стає його директором. В 1941 р., на вимогу Ревізійного союзу українських кооперативів, займає посаду референта сільськогосподарських продуктів, директора Окружного союзу кооперативів у Криниць.

Після закінчення Другої світової війни разом з родиною переїжджає у Парагвай, згодом в Аргентину, а в 1958 р. у США (у Філадельфію), де очолив Товариство українських інженерів Америки.

16-17 травня 1959 р. в Нью-Йорку відбувся Перший з’їзд рогатинців, на якому В. Вакуловського було обрано до складу Ділового комітету та до редакційної колегії Пам’ятної книжки про Рогатинщину.

26 листопада 1974 р. В. Вакуловський закінчив свій земний шлях.

#### **Список використаних джерел**

1. С. Вакуловський Віктор // Енциклопедія української діаспори. Том. I. Сполучені Штати Америки. Книга 1. А-К / Гол. ред. Маркус В. – Нью-Йорк; Чикаго: Наукове товариство ім. Шевченка в Америці. – 2009.
2. Вакуловський В. Окружний союз кооператив у Рогатині // Рогатинська земля. Збірник історично-мемуарних, етнографічних і побутових матеріалів. Том перший. – Нью-Йорк; Париж; Сідней; Торонто. – 1989.
3. Вакуловський В. Філія товариства “Сільський господар” у Рогатині // Рогатинська земля. Збірник історично-мемуарних етнографічних і побутових матеріалів. Том перший.
4. Дяченко П. “Сільський господар” на Рогатинщині // Рогатинська земля: історія та сучасність. Матеріали першої наукової конференції. Рогатин, 24-25 березня 1995 р. – Львів; Рогатин: Інститут українознавства ім. І. Крип’якевича НАН України, 1995.
5. Качор А. Віктор Вакуловський – господарсько-кооперативний діяч Рогатинщини в рр. 1928-1939 // Рогатинська земля. Збірник історично-мемуарних, етнографічних і побутових матеріалів. Том перший.
6. Кудрик О. Перший з’їзд рогатинців // Рогатинська земля. Збірник історично-мемуарних, етнографічних і побутових матеріалів. Том другий. – Нью-Йорк; Париж; Сідней; Торонто, 1996.
7. Федюк-Янків Р. Рідне місто мос // Рогатинська земля. Збірник історично-мемуарних, етнографічних і побутових матеріалів. Том другий.
8. Храпливий С. Західно-українські агрономи між двома еміграціями // Вісті УТГІ. Рік I, червень, 1947, Ч. 6. – Реєнсбург. – 1947.

## ЕТИЧНІ АСПЕКТИ ПРОФЕСІЇ ЮРИСТА

Особливістю професійної діяльності юриста є його підпорядкування моральним нормам. Юристи мають відповідні повноваження щодо захисту інтересів держави, суспільства і громадян від різних зазіхань. Будь-який закон повинен відповідати високим моральним цінностям. Обхід його, перекручене, інше тлумачення й застосування по суті своїй аморальні. Вони суперечать не тільки правовим нормам, але й нормам моралі, професійної етики юриста. При цьому аморальні не тільки свідомі порушення закону, але й неправильні, протизаконні дії й рішення, зумовлені небажанням глибоко оволодіти необхідними знаннями, постійно їх удосконалювати, неохайністю, неорганізованістю, відсутністю внутрішньої дисципліни й належної поваги до права, його приписів. Зростають і вимоги дотримання етичних принципів, притаманних даній професії, – це невідступність, неупередженість і справедливість за умови дотримання закону. Все це підвищує актуальність зазначеної теми дослідження.

Особливістю діяльності юриста в тому, що вона стосується безпосередньо прав громадян і часто визначає долю людини, її життя, здоров'я, благополуччя. Саме тому вона повинна строго відповідати законам держави і високим моральним нормам. Проте норми моралі юриста не повинні суперечити принципам і нормам вселюдської моралі.

Моральні якості юриста є досить специфічними. Рішення винесені посадовими особами проголошуються ім'ям і від імені держави і є обов'язковими для виконання на всій території України. Тому вимоги щодо моральних якостей є досить високими і включають в себе насамперед: досконале знання чинного законодавства; уміння правильно застосовувати знання законів, зважаючи на їх дух; наявність добрих намірів, глибоких переконань у необхідності жити і діяти згідно з чинним законодавством і моральними принципами.

В рівній мірі юрист особисто відповідальний за законність чи незаконність своїх дій і рішень як перед державою, суспільством, людьми, так і перед своєю совістю, честю та гідністю.

У підготовці співробітників правоохоронної системи повинні превалювати моральні критерії. Основні юридичні професії завжди включають наявність влади над іншими людьми.

Відповідно до конституційного принципу поділу державної влади, в Україні існує три її галузі: законодавча, виконавча і судова. Функціонування третьої галузі державної влади – судової – забезпечують юристи. Добро і справедливість є етичними категоріями. Ставлення саме до них визначає сутність майбутнього юриста. Загальновідомо, що вищою цінністю моральної свідомості є ідея добра. Від розуміння добра залежить принципове спрямування всієї системи етичних поглядів. Категорія добра має тісний зв'язок з поняттям блага. Цей зв'язок у деяких мовах зафіксований і етимологічно.

Сучасна етика також дотримується цієї точки зору. Адже добро налічує безліч аспектів, які зберігають повноту і неповторність власного значення. І поки існуватиме людство ідея добра висуватиме перед ним нові завдання, розкриватиме нові обрії, породжуватиме нові сумніви. В цьому – запорука невмирущості моралі як атрибута людської цілісності загалом. В цьому аспекті незалежність і підпорядкування тільки закону добра припускає найсуворіше його дотримання судьями, прокурорами, слідчими. Тут до юристів завжди ставляться підвищені вимоги. Виступаючи в очах суспільства в ролі охоронців законності, вони повинні бути взірцем неухильного її дотримання. Порушення принципів добра його захисниками підриває віру в непорушність й авторитет закону.

Добро є одним з найзагальніших імперативно-оцінювальних понять моральної свідомості, категорія етики, у якій виражається позитивне моральне значення явищ

суспільного і морального життя у їх співвіднесеності з суспільством і моральним ідеалом. З принципу незалежності й підпорядкування тільки закону добра випливають важливі вимоги морального характеру. Представники юридичних професій не мають права поступати місцевим впливам, керуватися не вимогами закону, а вказівками, порадами, проханнями окремих осіб або установ, якими б високими правами ті не володіли. Здійснюючи свої функції в інтересах усього народу в ім'я виконання його волі, вираженої в законі, представники юриспруденції керуються законом, своїми моральними принципами.

Під моральним злом розуміється все те, що перешкоджає єднанню людей, гармонізації суспільних відносин. Це насильство і злочинність, байдужість до інтересів людини і суспільства, крайні форми егоїзму, агресивності, підлість. Зло є одним з основних понять моральної свідомості і категорія етики, у якій відбиваються негативні сенси, аспекти суспільного та морального життя людей і стосунки між ними. В цьому контексті юристи несуть особисту відповідальність за законність або незаконність своїх дій і рішень, їхню справедливість або несправедливість, користь або шкоду, заподіювану ними, без права послатися на наказ або вказівку, розпорядження або пораду. Вони морально відповідальні як перед державою, суспільством, іншими людьми.

Моральне зло має місце тоді, коли негативні явища й процеси дійсності постають як наслідок свідомого волевизначення суб'єкта, коли за ними розкривається відповідний вольовий акт. Іншими словами, моральне зло – це зло, яке людина обирає; обирає тією чи іншою мірою, в силу тих або інших причин. Тому, однією з важливих особливостей професійної діяльності юриста є гласність її здійснення, контроль громадськості, суспільної думки, оцінка ними справедливості, моральності чи аморальності діяльності професійних учасників судочинства. Конституція встановлює, що розгляд справ у всіх судах відкритий. Слухання справи на закритому засіданні допускається лише у випадках, передбачених законом. Таким чином, правові норми підсилюються моральними принципами.

Фахівці виділяють такі аспекти діяльності юриста: пошуковий (пізнавальний), комунікативний, посвідчувальний, організаційний, реконструктивний (конструкційний) та соціальний. Всі вони гармонійно поєднані з моральними нормами. З позицій професійної етики юриста особливої уваги заслуговують соціальний та комунікативний аспекти. Соціальний – підкреслює місце та роль моралі в професії юриста як організатора боротьби з правопорушеннями, захисника прав і законних інтересів громадян; соціальна діяльність охоплює і політичний аспект у його діяльності як організатора боротьби зі злочинністю на дорученому їм місці; вона включає профілактичні заходи, правову пропаганду, участь у перевихованні злочинця для повернення його до соціальної норми поведінки. Комунікативний – вимагає гуманності, толерантності, доброзичливості у спілкуванні з колегами, клієнтами, учасниками справи і всіма тими, хто має до неї відношення; комунікативна діяльність полягає в одержанні необхідної інформації в процесі спілкування; особливо значна питома вага цієї діяльності при допитах, а також у діяльності адвокатів, оперативних працівників.

Будь-яке падіння духовності та моралі в правовій сфері – перше свідчення потреби в юридичній етиці як одному з обов'язкових чинників оздоровлення сформованої обстановки, виховання професіоналів нового покоління з урахуванням моралі суспільства. На сьогодні майже всі підрозділи юридичних професій в Україні розробили і затвердили корпоративні правила поведінки, кодекси честі тощо.

Таким чином, юридична етика включає в себе дослідження моральних відхилень і вад у діяльності посадових осіб судової і правоохоронної систем, визначенні розмірів моральних проблем працівників останніх, виявлення причин, що роблять можливим їх існування і формулювання рецептів їх послаблення. Практика застосування юридичної етики міститься в реальних службових і позаслужбових діях і така ж актуальна як і професійна діяльність юриста.

## СЕНС БУТТЯ ТА ЩАСТЯ У СВІТОГЛЯДНІЙ ДОКТРИНІ ІВАНА ОГІЄНКА

Визначною постаттю українського громадсько-політичного життя, культури та науки був Іван Огієнко (1882-1972). Його доробок становлять дослідження у сфері мовознавства та історії, релігії та філософії. У своїх працях він торкався різноманітних питань, зокрема проблеми сенсу буття та щастя. В історії духовних пошуків людства можна виділити три головні підходи до вирішення проблеми сенсу буття.

1. Сенс буття людини знаходиться в об'єктивних порядках вищого буття, у Богові. Тому єдиним, що робить життя усвідомленим, що надає йому абсолютного сенсу – це дійова співучасть у житті, що спрямовується надприродним.

2. Цінність і сенс буття – у самому житті, яке людина здатна використати для перебудови світу на засадах добра та справедливості.

3. Сенс буття задається самою людиною завдяки її зусиллям щодо самореалізації, тобто тільки людина завдяки своїй діяльності свідомо чи несвідомо, доцільно чи стихійно творить та змінює свою людську сутність.

Саме поєднання цих трьох підходів можна знайти й у світоглядній доктрині І. Огієнка, адже у його біографії було два основні періоди – життя присвячене світським справам, а також релігійним. Перший підхід до вирішення проблеми сенсу буття прослідковується у тому, що він визнавав першоосновою та першопричиною всього існуючого вище та надприродне – Бога, який є центром світобудови, світу і буття людини. Найкращим творінням Божим у Всесвіті Іван Огієнко вважав людину. Огієнко ставить питання чи існує наперед визначеність життя та долі людини? На перший погляд видається, що він схиляється до фаталізму. Але насправді – це не так.

Другий підхід до вирішення проблеми сенсу буття проявився у тому, що свою сутність життя І. Огієнко вбачав у служінні і праці для свого народу, бо “без рідного народу немає людини життя”. Він вважав, що саме в цьому має бути сенс життя для кожної людини. Ця ідея є центральною у праці І. Огієнка “Блаженна людина, що любить народ свій. Слово на 29 січня, на пам'ять народних героїв”.

Третій підхід відбився у тому, що І. Огієнко був переконаний, що людина сама обирає собі шлях у житті, то припускаючись помилок, то досягаючи успіхів. Таким було і його життя, присвячене різноманітним видам громадської, релігійної та наукової діяльності.

Усі прагнуть щастя і намагаються його досягнути. Але що таке щастя, як стати щасливим? Варто зазначити, що світоглядна доктрина І. Огієнка пронизана релігійністю, що відобразилося на вирішенні ним питання, що таке щастя. На його думку, щастям не може бути матеріальний добробут, багатство, слава, земні насолоди, краса – бо все це тимчасове, непостійне; адже багатство може легко пропасти, слава швидко минає, земні насолоди набридають, а краса відцвітає. Не може бути щастям і те, що мало залежить від самої людини, що дуже важко здобувається, це надто обмежувало б коло щасливих. Щастя має бути доступне кожному, хто хоче його здобути. А тому ним може бути тільки те, що вічне, нетлінне, а це означає бути в повній злагоді з Богом, з його заповідями.

Шлях до щастя, як стверджував І. Огієнко, пролягає через три християнські чесноти – через покору, терпіння й любов. Саме покора або смиренність визначається основою всіх християнських чеснот. Покора ушляхетнює людину й удосконалює її. Але чи повинна людина бездумно коритися, чи тим самим вона не знищить свою власну волю? І. Огієнко вважав, що з повної покори виключаються такі три умови: не можна виступати проти Бога, проти своєї держави й проти свого народу, бо це – найсвятіше для кожного.

Невід'ємною від покори є терпіння (страждання), яке є черговою християнською чеснотою. Кожна людина ставить питання – навіщо і як виникають терпіння (страждання),

які є наслідком горя, біди, незгод? І. Огієнко писав, що людське життя підпадає під три види законів: від Бога, громадські (соціальні, державні) й природні. Порушення цих законів зветься: Божих – гріх, громадських – злочин, природних – випадок. Порушення кожного закону тягне за собою покарання. Отже, покарання за порушення законів світу і є стражданнями. Іван Огієнко поділяв терпіння (страждання) на тілесні й духовні, і справедливо вважав, що духовні є важчими від тілесних. У той же час як і покора, так і страждання удосконалюють людський дух.

Найвагомішою чеснотою є любов: “Любов – це джерело всіх християнських чеснот, у тому числі покори й терпіння, бо хто правдиво любить, той легко кориться й легко терпить”, – писав І. Огієнко. Декалог, якого повинні дотримуватися всі християни, в своїй основі побудований на любові. Іван Огієнко стверджує, що любов є будівною чеснотою, оскільки: “будує людину, будує родину, будує й цілий народ”.

І. Огієнко виділяє шість типів любові: до Бога, Церкви, ближнього, родини, роду, природи. Перші два типи можна визначити, як суто релігійні, клерикальні. Любов до Церкви на думку І. Огієнка (митрополита Іларіона) займає особливе місце. Основними елементами Церкви він називає віру, обряди, народ та мову – а це певний вияв національних почуттів людини. Любов до ближнього повинна проявлятися через правилом – не роби іншому того, чого не хочеш самому собі. Засадою родинного життя І. Огієнко вважає подружню любов між чоловіком і дружиною. Однак родина – це не тільки чоловік і дружина, але й діти, яких вони виховують. Тому, усю любов, що діти візьмуть від своїх батьків, вони обов’язково повернуть власним нащадкам. Для кожної людини також притаманна любов до свого роду, громади, народу. Гуртування в ту чи іншу спільноту зобов’язує допомагати один одному. А тому наступним елементом цього ланцюжка буде сильна держава. Заклик І. Огієнка любити природу надзвичайно актуальний через споживацьке і бездумне використання людиною вже неохідно захищати і відновлювати.

Окресливши типи любові І. Огієнко визначив ще й ознаки любові. По-перше, любов повинна бути правдива та щира, тобто справжня, позбавлена будь-якого лицемірства та лукавства. Правдивою, справжньою є любов, коли люблять не за показне та тимчасове, а за красу душі та вчинки, гідні наслідування. По-друге, любов повинна бути вибачальна, тобто людині, яку ти любиш варто пробачати її не завжди шляхетні діяння чи проступки. По-третє, свою любов потрібно проявляти завжди за допомогою вчинків. По-четверте, любов мусить бути розумною. Особливо це стосується батьківської любові. Розумна любов вимагає, щоб через любов до однієї людини, не причинялася кривда іншій.

Ще один принцип, за яким І. Огієнко керувався у своєму житті і закликав всіх – це патріотизм. Він відзначав: “Немає нічого більшого, нічого кращого, нічого солодшого, як свій рідний народ та своя рідна земля, свята Батьківщина”. Патріотизмом проникнуті усі його праці, в яких він закликав берегти багатства свого народу – це і землю, і мову, і пісні, і національний одяг, і весь багатющий пласт національної культури. Він закликав ніколи не ставати безбачечками, тобто людьми, котрі не знають і не хочуть знати свого рідного краю, своєї Батьківщини.

Іван Огієнко активно працював на благо державної незалежності України. Як світський діяч та вчений, так і як представник духовенства він був справжнім патріотом України.

#### **Список використаних джерел**

1. Іларіон. Твори: у 4 т. / Іларіон. – Вінніпег: Printed by Trident Press Ltd., 1957. – Т.1: Філософські містериї.– 1957. – 336 с.
2. Іларіон. Блаженна людина, що любить народ свій! Слово на 29 січня, на пам’ять народних героїв / Іларіон. – ХоLM: Свята Данилова Гора, 1943. – 23 с.
3. Іларіон. Як жити за Христом у світі: Великі існі пасійні слова / Іларіон. – ХоLM: Свята Данилова гора, 1943. – 100 с.

## ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОГЛЯДІВ БІЛЬШОВИКІВ НА ІДЕЇ КООПЕРАЦІЇ

Слід зазначити, що ставлення РКП(б) та особисто В. Леніна до кооперації було неоднозначним. У брошурі “До селянської бідноти” (1903 р.), лідер більшовиків В. Леніна, стверджував, що “завдяки кооперативам буржуазія прагне відволікти від союзу з робітниками середнього і дрібного селянина, навіть напівпролетаря та переманити їх на бік багатіїв у боротьбі з робітничим класом” [1]. В іншій статті – “Останнє слово “Іскрівської” тактики або потішні вибори як нові спонукальні мотиви для повстання” (1905 р.) – В. Ленін звинувачував популяризаторів кооперації в опортунізмі, адже доти, доки влада залишалася в руках буржуазії, споживчі товариства не гарантували ніяких зрушень, а лише відволікали від серйозної боротьби за соціальний та політичний переворот [2]. Отже, в цей період більшовики вважали кооперацію шкідливою для робітничого руху.

З часом ставлення більшовицьких лідерів до кооперативного руху стало не таким категоричним. На це вплинуло зростання ваги кооперації в суспільстві. В “Проекті резолюції про кооперативи російської с-д. делегації на Копенгагенському конгресі” II Інтернаціоналу, що відбувся у 1910 р., В. Ленін писав, що пролетарські кооперативи дають можливість робітничому класу покращувати своє становище завдяки зменшенню посередницької експлуатації та впливу на умови праці. Більшовицький вождь констатував посилення ролі пролетарських кооперативів у масовій політичній та економічній боротьбі через допомогу робітникам під час страйків, локаутів та переслідувань з боку роботодавців [3]. При цьому, він відзначав і негативні сторони тогочасної кооперації. Звертаючи увагу на суто комерційний характер кооперативів, В. Ленін наголошував на можливості їхнього переродження в буржуазні акціонерні товариства та критикував, породжену серед робітників ілюзію, начебто завдяки кооперації можуть бути вирішені соціальні питання

Отже, до Першої світової війни більшовики критикували кооперативи як інструмент, з допомогою якого буржуазія прагне відволікти робітників та селян від соціальної боротьби, але водночас бачили в них засіб політичного впливу на пролетаріат. Хоча варто зазначити, що РКП(б) недооцінювала вагу та вплив кооперативного руху на народні маси і, як зазначали автори підручника “Історія споживчої кооперації”, не мала і не прагнула мати суттєвого впливу на кооперативний рух Російської імперії, не розуміла й не визнавала специфіки та основних принципів кооперації.

Після приходу до влади в жовтні 1917 р. більшовики змінили своє ставлення до споживчої кооперації. У 1918 р. В. Ленін у першому варіанті статті “Чергові завдання радянської влади” писав: “Становище кооперативів принципово змінюється з часу завоювання державної влади пролетаріатом та утвердження соціалістичних порядків. Кооператив, як маленький острів при капіталістичному способі виробництва є лавочкою. Проте, якщо він охоплює все суспільство, в якому соціалізована земля і націоналізовані фабрики і заводи, тоді кооперація є соціалізмом”. Тобто більшовики хотіли охопити кооперацією всі верстви населення, при цьому зруйнувавши основоположний принцип кооперативного руху про добровільне та відкрите членство. В цьому, на думку більшовицького лідера, полягало основне завдання радянської влади після політичного та економічного ослаблення буржуазії. Кінцевою метою мало стати створення єдиного загальнодержавного кооперативу, куди б в обов'язковому порядку входили всі громадяни. В такому разі держава взяла би кооперативний рух під свій цілковитий контроль та почала використовувати в політичних і економічних цілях РКП(б).

Щоб втілити ці ідеї в життя, більшовики змушені були звернутися до старих кооперативних кадрів і піти їм на певні поступки. В. Ленін називав такий крок тимчасовим і вимушеним – необхідним для переходу від приватних роздіблених кооперативів до єдиного

загальнодержавного споживчого товариства. Таким чином, Ленін пропонував своїм однопартиїцям, аби створити когорту радянських управлінців, знайти спосіб тимчасово використати спеціалістів з числа буржуазних кооператорів для розбудови народного господарства. Кооперація як галузь народного господарства мала достатній потенціал необхідних кадрів, і Ленін переконував партію їх цілковито використати.

Керувати кооперативним рухом було неможливо без лояльних до радянської влади органів управління, які були би готові виконати будь-які завдання партії. Дореволюційні кооператори на таку роль були не придатні. Тому РКП(б) поставила перед своїми членами завдання очолити правління кооперативів або хоча б ввести у керівництво потенційно прихильний елемент – незаможних пролетарів. У “Проекті постанови про кооперацію” (1919 р.) місцевим органам влади було доручено прослідкувати, чи в місцевих споживчих товариствах вирішальний голос належить сільській та міській бідності. Перед партійним активом стояло завдання провести комуністів у правління Центросоюзу (Всеросійського центрального союзу кооперативних організацій). “Проект програми РКП(б)” зобов’язував більшовиків працювати в кооперативах і скеровувати їхню діяльність в “комуністичному дусі”.

Використовуючи кооперацію в економічних та політичних цілях, більшовики реформували її структуру. Одним із найважливіших кроків у цьому напрямі була реалізація декрету Ради народних комісарів “Про споживчі комуні” від 16 березня 1919 р. Документ запроваджував нові принципи і форми організації споживчих комун, при вступі в комуну не потрібно було вносити ніяких паїв чи внесків. Цим заходом більшовики хотіли залучити до кооперації незаможні верстви населення – потенційно прихильніший до їхньої політичної сили елемент. Іншою політичною підставою, що змушувала більшовиків запровадити цей декрет, було переконання В. Леніна в тому, що інтеграція дрібних, розпорощених одноосібних господарств у великі колективні комуні – це єдиний можливий шлях селянських мас до соціалізму. Згідно з декретом “Про споживчі комуні”, кооперація стала єдиним апаратом розподілу продуктів харчування та предметів першої необхідності, які були в розпорядженні Радянської держави. Для ефективнішого контролю за кооперацією впроваджувалась триступенева структура: Центросоюз – Губернський союз споживчих товариств – єдине споживче товариство (далі – ЄСТ). Декрет передбачав посилення впливу пролетаріату й більшовиків у правліннях кооперативів. Кооперативні з’їзди вважали легітимними лише тоді, коли представники комуністичної партії мали не менше третини місць серед делегатів. У керівні органи центральних кооперативів вводились представники від Народного комісаріату продуктового забезпечення (далі – Наркомпрод) із правом вето. Робітничим кооперативам було дозволено мати самостійні секції при центральних і губернських правліннях. У кооперативні організації не допускали представників буржуазії. Всі споживчі товариства перейшли в підпорядкування Наркомпроду. Було затверджено обов’язкове членство в кооперативних організаціях усіх громадян.

#### **Список використаних джерел**

1. Ленин В. “К деревенской бедноте” // *Полн. собр. соч. – Москва, 1967. – Том 7. – С. 159-161.*
2. Ленин В. “Последнее слово” искровского “тактики или потешные выборы как новые побудительные мотивы для восстания” // *Полн. собр. соч. – Москва, 1967. – Том 11. – С. 369.*
3. Ленин В. “Проект резолюции о кооперативах российской с-д. делегации Копенгагенского конгресса” // *Полн. собр. соч. – Москва, 1967. – Т. 19. – С. 310-311.*

## ДМИТРО ЧИЖЕВСЬКИЙ ЯК ПРЕДСТАВНИК КЛАСИЧНОЇ (АКАДЕМІЧНОЇ) ПАРАДИГМИ В УКРАЇНСЬКІЙ ДІАСПОРНІЙ ФІЛОСОФІЇ

Одним із найяскравіших представників класичної (академічної) парадигми розвитку філософії в українській діаспорі вважається Д. Чижевський. Народився майбутній український філософ 23 березня 1894 року в м. Олександрії. Початкову освіту отримав у місцевій початковій школі, а згодом вступив до Олександрійської класичної гімназії. Здобувши таким чином початкову освіту він у 1911 році вступив до Петербурзького університету на фізико-математичний факультет де поглиблено вивчав математику та астрономію. Паралельно ходив на так звані філософські диспути між неокантіанцями та інтуїтивістами. Через два роки навчання у Петербурзі переїхав до Києва де вивчав (на історико-філологічному факультеті університету) філософію, індоевропейську лінгвістику, слов'янську та російську філологію. У цьому контексті слід зазначити, що під час навчання у Київському університеті на формування світоглядних підвалин Д. Чижевського великою мірою вплинули лекції В. Зеньковського, який познайомив майбутнього науковця з творчістю Г. Сковороди, П. Юркевича, М. Гоголя, Т. Шевченка тощо. Київський університет Д. Чижевський закінчив у 1919 році. Потрібно наголосити, що його випускова робота (дослідження філософії Шіллера) справила неабияке враження на комісію, а відтак йому запропонували залишитися на кафедрі для отримання звання професора. В 1920 році Д. Чижевський стає доцентом загального мовознавства вищих жіночих курсів, а у 1921 році доцентом кафедри філософії у Київському університеті. Але у тому ж 1921 році емігрує до Німеччини. Слід зазначити, що філософ постійно удосконалював свою професійну майстерність. Так у Гейдельберзькому університеті він прослухав лекції К. Ясперса, а у Фрейбурзі у свою чергу лекції М. Хайдеггера, Е. Гуссерля та інших не менш знамих європейських філософів. Не полишав Д. Чижевський і викладацької діяльності. Відтак у 1924 році працює на посаді викладача, а згодом доцента а професора в Українському вищому педагогічному інституті ім. М. Драгоманова. Пізніше працює також у Празькому українському інституті та в Українському науковому інституті у Берліні [1, с. 462-463].

В 1932 році він перебрався до Галле де працював на викладацькій роботі в університеті, а паралельно також навчав слов'янської мови в Йенському університеті. Згодом переїжджає до Марбурга де також викладає курс слов'янської філології та курсу слов'янського семінаром при Марбурзькому університеті. У 1949 році прийняв запрошення Гарвардського університету і виїхав до США, але пропрацювавши там певний час повертається до Німеччини де керує кафедрою славистики в Гейдельберзькому університеті. Також науковець очолює Слов'янський інститут і виводить його на одне з чільних місць в європейській спільноті. В 1968 році Д. Чижевський виходить у відставку (без отримання пенсії) і продовжує читати лекції в університетах Німеччини. Також він поновлює відносини з науковими закладами української діаспори і стає одним із засновників Української вільної академії наук в Аусбурзі. Працює професором філософії в Українському вільному університеті, а також професором філософії і логіки в педагогічній академії Української автокефальної церкви. “У 1962 р. Д. Чижевського було обрано дійсним членом Гейдельберзької академії наук, а згодом Хорватської академії наук у Загребі. Постаць колоритна і легендарна, Д. Чижевський попри показовість та екстравагантності свого характеру залишався людиною великої чутливості, користувався славою видатного вченого та талановитого лектора. Водночас боліче реагував на посередність у науці, був нещадним до обмежених людей, які “примазувалися” до неї, хоча, за свідченнями сучасників, “ворогами науки” часто називав і тих, хто думав інакше, ніж він сам. Автор понад 900 наукових праць з різних галузей наукового знання” [1, с. 463-464].

Доречним буде звернутися до аналізу низки стрижневих філософських концептів мислителя. Насамперед слід звернутися до його онтології та гносеології. Навчаючись у

західноєвропейських університетах він з необхідністю долучився і до тих традицій філософування, які на той час популяризувалися на Заході. Якщо спробувати звести до певної системи онтологічні переконання мислителя приходимо до висновку про три основоположні вектори, що були визначальними у формуванні його доктрини. Насамперед слід взяти до уваги вплив на нього класичної онтології яку можна відслідкувати впродовж багатьох століть (від грецької онтології до трактування основних онтологічних проблем представниками німецької класичної філософії). Наступним етапним вченням можна виокремити співвідношення “неокантіанство – феноменологія”. І врешті не слід забувати про певний вплив на Д. Чижевського містицизму. Так, говорячи про містику в одній із своїх лекцій філософ зазначає: “Містика” – слово це часто вживають або просто як те саме, що й “релігія”, або щоб визначити щось тасмниче, незрозуміле, загадкове, темне... Слово це значить у філософії щось інше: всяке вчення, що учить про сполучення, поєднання людини, людської душі з Богом, зветься “містикою” [2, с. 374]. Говорячи про онтологічні та гносеологічні погляди мислителя можемо звернутися до низки його статей таких як: “Початки й кінці нових ідеологічних епох”, “Сімнадцяте сторіччя в духовній історії України”, “До проблеми двійника у Достоевського”, “П. О. Куліш – український філософ серця” і т. д.

Для прикладу, аналізуючи поняття “загального” дослідник зазначає, що дана проблема виступає однією із центральних проблем філософії. Досліджуючи зазначену проблему він звертається до поняття безпосередності чи безпосереднього буття. Адже якщо виходити із положення про всеохоплюваність даного поняття з необхідністю приходимо до цілісності буття як такого, яке фактично саме “підказує” досліднику свою всезагальну природу, навіть на найперших етапах аналізу буття як деякого всезагального феномену. Своєю чергою безпосередня даність виступає як деяке утворення, що є структурованим та ритмізованим у просторі і часі, але подібне жодним чином не впливає на загальну єдність буття. “Повторення” в межах безпосередності означає: не будучи абсолютною тотожністю, специфікуючись і ритмізуючись уже в самому факті протікання, у тривалості своїй, безпосередність в той же час не розпадається, не розсипається на елементи абсолютної відмінності” [2, с. 375]. Мислитель зазначає, що найкраще зазначену ритмічність можна прослідкувати у повторі, але подібні повтори не можна розглядати як деяку абсолютну тотожність. У цьому контексті вони виконують роль групування довкола певних центрів. Як наслідок дослідник диференціює чотири категорії безпосередності, а саме: повторення, утягнутість, сполученість та рух. Унікаючи деталізації він доводить влучно вирішує проблему вразливості деяких моментів своєї теорії, даючи доволі загальну характеристику буття. Вивчаючи етичні аспекти Д. Чижевський говорить про конкретність етичного вчинку, яку можна пояснити індивідуальністю особистості, а також поєднанням вчинку з тут-буттям. “У доповіді “Проблема формальної етики” він показує, що з її погляду ігнорується індивідуальність та індивідуальне буття особистості. Закон, значимий для всіх, байдужий до того, хто його здійснює, – індивідуальність розчиняється в надіндивідуальному, особисте – в безособовому, індивідуальне буття втрачає смисл” [2, с. 376].

Роблячи висновок насамперед слід зазначити, що саме Д. Чижевський уперше в історії української філософії зробив спробу систематизації еволюціонування філософії в Україні. Саме він показав широкому науковому загалу, що існує такий феномен як українська філософія у розумінні самостійної галузі науки. У своїх численних працях дослідник також звертався і до філософів які з тих чи інших причин перебували поза межами України, але разом з тим був переконаний у тому факті, що наразі Україна не виплекала великого філософа, праці якого б вплинули на розвиток філософії інших країн. На появу такого філософа слід очікувати в майбутній історії розвитку української філософської думки.

#### *Список використаних джерел*

1. Огородник І. В., Огородник В. В. *Історія філософської думки в Україні. Курс лекцій : навч. посіб.* – К. : Вища школа, 1999. – 543 с.
2. *Історія філософії України : підручник / М. Ф. Тарасенко, М. Ю. Русин, І. В. Бичко та ін.* – К. : Либідь, 1994. – 416 с.

## ДОСЛІДЖЕННЯ ФЕНОМЕНУ ГАЛИЦЬКОЇ РОДИНИ В ІСТОРИКО-ПЕДАГОГІЧНОМУ АСПЕКТІ

У соціально-педагогічному вимірі сутність та структура родини, її історичні типи та видозміни, форми співіснування та основні функції комплексно досліджувалися у системі родинної педагогіки, родинознавства, сімейної педагогіки. Історико-педагогічні праці проблематики родини та її виховних традицій стали предметом дослідження М. Стельмаховича, З. Болтарович, Є. Сявакко, В. Кравця, М. Чепіль, А. Марушкевича, В. Постоного. Попри те системний аналіз історико-педагогічної (М. Чепіль, В. Федяєва, О. Безлюдний, Т. Тхоржевська, С. Бадора) та науково-методичної літератури (О. Антонов, В. Зацепін, В. Кравець, А. Харчев) з проблем виникнення родини та створення родинно-шлюбних стосунків вказує на те, що в історії української родини, зокрема галицької, простежуються індивідуальні тенденції удосконалення духовної складової та видозміни стосунків між чоловіком і жінкою, матір'ю та татом, батьками та дітьми.

Феномен родини є невід'ємною складовою соціальної структури народу, народності, етносу, а відтак суспільства. Дослідження родини, що історично та територіально сформувалася в Галичині, культурно-етнографічному регіоні України (Львівська, Івано-Франківська та Тернопільська області) потребує комплексного розгляду в історико-педагогічному аспекті. Варто зазначити, що у межах Галичини виділяють територіально обмежені та етнографічно забарвлені місцевості (регіони): Західне Поділля, Опілля, Надністрирщина, Підгір'я, Покуття, Надсяння, а також північні частини Бойківщини, Гуцульщини та Лемківщини із індивідуально-етнографічною специфікою функціонування родини, як соціокультурного осередку.

Лексеми "рід", "родина" – поняття спорідненні, як родові та видові, однак рід розглядають як сув'язь поколінь, що походить від одного предка, а родина є окремою спільнотою, що складається з кровно споріднених осіб, які живуть разом. [2, с. 222]. Поняття "грумада" – значно ширше, оскільки об'єднує родини та роди, що проживають на одній території та культивують національні традиції, християнські звичаї та обряди, висувають власну громадянську позицію (думку). Галицька родина – це соціальний інститут, що об'єднує три види кровної взаємодії: подружжя, батьки-діти, діти-діти, які пов'язані взаємною моральною відповідальністю, національно усвідомленою ідеєю та спільністю побуту.

Нуклеарна галицька родина найчастіше побутує у таких різновидах: *подружжя пара* – чоловік та дружина, без дітей; *повна* – батьки та діти; *неповна* – один із батьків та діти. Найпоширенішою наприкінці XIX – початку 30-х років XX ст. у Галичині була двопоколінна родина, яка спільністю побуту, звичаєвістю та традиційністю поєднувала батьків та неодружених дітей, а також вирізнялася різною чисельністю дітей серед світської інтелігенції та селянства.

У триєдиному компоненті: подружжя – батьківство – родинність можна говорити про конструювання галицької родини як системи, яка має свої складові компоненти. Подружні стосунки, батьківські та міжособистісні зв'язки між дітьми створюють родинну систему як гармонійно завершену людську цілісність. Стосунки між чоловіком та дружиною визначають модель зразкового подружжя, шлюб якого побудований на емоційно-духовному ґрунті. Батьківська складова визначається вихованням дітей у широкому родинному змісті слова: задоволення фізичних, духовних та психічних потреб молодшого покоління, сприяння загальному національно усвідомленому та інтелектуальному розвитку, систематичній соціалізації. Міжособистісні стосунки між дітьми передбачають надання один одному

взаємної допомоги та моральної підтримки на рівнях побуту та в умовах соціальної адаптації.

Коли в 1867 році Австро-Угорщина реорганізувалася на двосдину конституційну монархію, Східна Галичина дістала автономні права, але польська верхівка-аристократія узурпувала усі юридичні, майнові, геополітичні права та жорстоко розправлялася з українським національним рухом. Українці (називали себе русинами) були більшом в оці для поляків, які загалом заперечували їхнє існування. Відтак права українців-галичан обмежувалися та нівелювалися незаперечно: жодного не допустили в крайові чи повітові установи, уряд намісництва у Львові. Навіть у повітах, де українців було більше 90 % населення, урядовою мовою була польська, а української школи – ні однієї, усі державні посади контролювала польська адміністрація.

А “представника народу” у лвівський сойм чи віденський парламент (райхсрат) обирали усіх, лише не-українця. До прикладу, в 1895 році до парламенту балотувався Іван Франко, однак австрійські власті та польські шовіністи всіляко суперечили проти обрання „неблагодійного хлопського” кандидата. Пізніше політична ситуація дещо змінилася, і вже в 1908 році відомий письменник-експресіоніст Василь Стефаник був обраний депутатом до Віденського райстрату, у якому самовіддано захищав інтереси гуцульських родин аж до розпаду Австро-Угорщини. Більшість галицьких родин кінця XIX – початку XX століття ставали національно свідомими, релігійно стійкими та емоційно незалежними у супереч польській дискримінації, насильству чи іншим провокативним діям.

Уся Галичина поділялася на 79 повітів, з яких 50 припадало на Східну Галичину, де українці становили однозначну більшість, окрім Львова, де проживала майже половина поляків. На теренах української Галичини проживало лише 3 % поляків, попри те вирізнялася могутня та впливова верства польської аристократії - дідичів (шляхти), яким належало від 40 % до 50 % землі та стільки ж свреїв (жидів), що займалися торгівлею. До прикладу, українцям відмовляли в отриманні посад в урядових установах, інтелектуальну еліту (зокрема, поета Івана Франка) цькували морально в польській пресі, змушували робітника чи селянина змінити метрику, перейшовши на римо-католицький обряд чи голосувати за польського кандидата. Однак висока духовна складова, твердість національних переконань, глибокі патріотичні почуття передавалися від покоління до покоління, тому галичани не асимілювалися у сполонізованому тогочасному суспільстві. Однак щораз більше галицьких родини виїжджали спочатку тимчасово, а відтак на постійно до Канади, Аргентини, Америки. А галицькі селян під час парцеляції 275 000 га панської землі отримали лише 38 тис. га, залишаючись бідними та безземельними.

Галицька родина у кращому своєму вияві є скарбницею ціннісних духовних орієнтацій та твердих національно-патріотичних переконань, організованим осередком побуту. Практично на всіх етапах історичного розвитку родина виступала найважливішою національною виробничою та споживчою одиницею, у якій поєднуються ознаки суспільної структури, своєрідної соціальної інституції та малої групи.

#### *Список використаних джерел*

1. Бурячок А. Назви спорідненості і своцтва в українській мові. – К., 1961.
2. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970-1980. - Т. 1. - С. 222.
3. Кравець В. Теорія і практика дошлюбної підготовки молоді / В. Кравець. – К.: Київська правда, 2000. – 688 с.

## “ВОЛОДАР” НІККОЛО МАКІАВЕЛЛІ: СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ВЧЕННЯ СЕРЕДНЬОВІЧНОГО ПОЛІТОЛОГА

У кінці XV – початку XVI століття жив знаний донині європейський політик, філософ і один з перших політологів у світовій думці – Нікколо Макіавеллі (1469-1527). Усе його життя було пов’язане із його рідною Флоренцією. Макіавеллі народився у сім’ї заможного адвоката. Цей середньвічний період для Флоренції був пов’язаний із тривалою боротьбою правлячої династії Медичі з представниками республіканської форми правління на чолі з представником Домініканського ордену Джироламо Савонаролою – засновника Флорентійської теократичної республіки.

Нікколо Макіавеллі вдавалося займати солідні державні посади під час правління як Лоренцо де Медичі, так і при монахові Савонароло.

Приблизно у 1520 році Макіавеллі написав працю під назвою “Володар” (часто зустрічаються назви “Державець” чи “Державотворець”). Саме завдяки їй у новітні часи з’явився політологічно-філософський напрямок – макіавеллізм. Ідеологію “Володаря” у більшості засуджують через його концептуальну сентенцію: **“Мета виправдовує засоби”**.

Справді, розглядаючи політичну діяльність як окрему складову існування людини, флорентієць відокремив поняття *“державна і політика”* від *“релігія і мораль”*. Але все було набагато складніше у вченні, ніж його пробують трактувати.

Макіавеллі визнавав силу правителя-володаря в державі лише як засіб приборкання свавілля аристократів, що засідають у парламенті. Тобто він був прихильником своєрідного парламентаризму із сильною владою правителя. Крім того, саме Макіавеллі одним із перших обгрунтував недоторканість приватної власності (бо зазіхання на майно породжує ненависть підданих).

Для ідеального володаря (за вченням Макіавеллі) мають бути притаманні такі риси:

– визнавати верховенство права над насиллям (беззаконням): *“З ворогом можна боротися двома способами : по-перше, законами, по-друге, силою; перший спосіб притаманний людині, другий – звірові”*;

– для того, щоб управляти володар має вміти аналізувати істинні причини вчинків людей (підданих) та їх інтереси: *“Той, хто оволодіває державою, повинен передбачити всі образи, щоб покласти край їм разом, а не відновлювати день у день; тоді люди потроху заспокоються, і государ зможе, роблячи їм добро, поступово завоювати їхню прихильність. Хто вчинить інакше, з остраху чи з лихого наміру, той ніколи вже не вкляде меч у піхви і ніколи не зможе обертися на своїх підданих, які не знають спокою від нових і безперестанних образ”*;

– у політиці правитель повинен сподіватися гіршого від союзників і ворогів: *“Військо, яким государ захищає свою країну, буває або власним, або союзницьким, або найманим, або змішаним. Від найманих і союзницьких немає користі і вони небезпечні; ніколи не буде ні міцною, ні довговічною та влада, яка спирається на наймане військо, тому що найманці честолюбні, розбещені, схильні до розбратів, задержувати з друзями і боягузливі з ворогом, віроломні й нечестиві; поразка їхня відстрочена лише настільки, наскільки відстрочений рішучий напад; у мирний же час вони розорять тебе не гірше, ніж у воєнний – противник”*.

На думку Макіавеллі дії володаря мають поєднувати силу лева і хитрість лисиці. Сам же володар має усвідомлювати, що народ здатний зробити кращий, ніж він (володар) вибір.

Одним із факторів успішного функціонування республіканської держави Макіавеллі визначав громадський контроль над політиками (і це на початку XVI століття!): *“Політики стануть кращими, якщо правитимуть людьми, що поважають чесноти, а не тими, які*

*байдужі до моралі. Поведінка політиків може полішитися й тоді, коли всі скоєні ними злочини негайно стають загальновідомими, коли людям не забороняють відкривати рота”.*

“Найоригінальнішим” у вченні Макіавеллі було те, що він дозволяв володарю задля слави і могутності держави порушувати моральні норми. **Аморальність правителя допускалась лише у випадках смертельної небезпеки для держави:** *“Якщо вже йдеться про інтереси батьківщини, не слід розмірковувати, справедливим є це рішення чи несправедливим, милосердним чи жорстоким, похвальним чи ганебним, облишити слід усілякі міркування і прийняти те рішення, яке відповідає порятунку її жисття та збереженню свободи”.* В інших ситуаціях Макіавеллі відстоював принципи чесності і справедливості у поведінці політика: *“Не можна назвати доблестю вбивство громадян, зраду, віроломство, жорстокість і нечестивість; усім цим можна здобути владу, але не славу”.*

Середньовічний політологічний аналіз законів політичного життя, місця і ролі правителя у державі, його стосунки із народом, зроблені Нікколо Макіавеллі, не втратили актуальності й у сучасній політиці. Можливо, в Україні початку XXI століття нашим “володарям” варто більш ґрунтовно вивчати досвід попередніх поколінь політиків-інтелектуалів для покращення добробуту народу й власного морального й професійного вдосконалення.

#### **Список використаних джерел**

1. Макіавеллі Н. *Державотворець* / Нікколо Макіавеллі [пер. з італ. В. Балоз]. – К : Арії, 2015. – 223 с.

**Сислюк Я. Г.**

к.філос.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет,

**Дубик В. Я.**

к.е.н., доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка,

**Сислюк І. П.**

викладач

КЗ ЛОР “Львівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти”

### **СЦЕНТИЧНА ЗОРІНТОВАНІСТЬ ЛОГІКИ У ЛЬВІВСЬКО-ВАРШАВСЬКІЙ ФІЛОСОФСЬКІЙ ШКОЛІ**

На західних етнічних землях українців значний внесок у розвиток світової логіки зробила Львівсько-Варшавська філософська школа, яка започаткувалася 15 жовтня 1895 року. Засновником цієї школи був завідувач кафедри філософії, а пізніше ректор Львівського університету, професор К. Твардовський (1866-1938). Серед його учнів були С. Лесьневський (1886-1939), К. Айдукевич (1890-1963), Я. Лукасевич (1878-1956), А. Тарський (1902-1984), Т. Котарбінський (1886-1981), Ст. Яськовський (1906-1965) та ін. Вони багато зробили для розвитку логічної семантики й семіотики, теорії множин, модальної й багатозначної логіки, для розв’язання проблем логіки і методології науки, здобувши всесвітню популярність. Принагідно зазначимо, що три представники школи – С. Лесьневський, Я. Лукасевич, А. Тарський визнані найвидатнішими логіками XX ст.

Станіслав Лесьневський відкинув платонівську ідею – логічного плюралізму і зосередив свою увагу на матеріалістичній зорінтованості номіналізму і класичній (двохзначній) інтерпретації логіки. В основі логічних досліджень Лесьневського були онтологічні і математичні ідеї. Він побудував універсальну логічну теорію, яка позбавляла номіналізм від типових для нього парадоксів. Пізніше ця теорія лягла в основу номіналістичної теорії множин. У ній С. Лесьневський виділяє три частини: “прототетику” – узагальнення розширених висловлювань із кванторами за змінними характеристиками будь-

якого виду; “онтологію” – формальну теорію, яка визначає сенс зв’язки “е”; “мереологію” – формальну теорію, яка визначає характеристики відношення частини і цілого. Крім цього, ним були намічені, але не завершені “хронологія” – формальна теорія тимчасових висловлювань і “стереологія” – формальна теорія просторових висловлювань. Логічна система Лесьневського. вільна від антиномій класичної теорії множин, але, на відміну від теорії типів Рассела – Уайтхеда, вона заснована на концепції семантичних категорій, відповідно до синтаксису природної мови. Логічні ідеї Лесьневського були асимільовані Т. Котарбінським у його філософсько-методологічній концепції “реїзма”. Загалом логічну систему Лесьневського можна розглядати як своєрідний синтез традиційної (аристотелівської) і сучасної логік.

Ян Лукасевич розробив у 1920 році першу систему багатозначної логіки – трьохзначну логіку висловлювань. Третє логічне висловлювання передавалося словами “очевидне”, “нейтральне”. Про кожне висловлювання у системі Лукасевича можна сказати: воно або істинне; або хибне; або нейтральне. Це стало можливим тому, що Лукасевич один із перших, незалежно від російського логіка Н. А. Васильєва, висунув тезу про можливість побудови логічних висловлювань, у яких не діє принцип несуперечності. На основі трьохзначної логіки Лукасевич побудував свою систему модальної логіки, у якій досліджуються логічні операції з такими висловлюваннями: стверження і заперечення; сильні і слабкі стверження і заперечення. В 1954 році Лукасевич розробив чотирьохзначну систему логіки, а потім – нескінченні (n-значні) логічні системи, у яких багато істинних значень. Я. Лукасевич продовжив античну традицію Аристотеля, Ягора Креноса, Філона, розглянувши логічні поняття “можливість”, “випадковість”, “імплікація” у зв’язку з часом. Логіка часу, як відомо, виникла після смерті Лукасевича, але його можна розглядати як одного із попередників цієї логіки, оскільки він аналізував зв’язок модальних понять із часовими “було”, “є”, “буде”, “раніше”, “одночасно”, “пізніше”.

Я. Лукасевич у контексті своєї теорії про багатозначність логіки обґрунтував поняття детермінізму, істини, причинності. Він довів, що поряд з істинними і хибними висловлюваннями є ще й можливі висловлювання, яким відповідає об’єктивна можливість як доповнення до буття і небуття. Можливі явища не мають причини, хоч самі вони можуть бути початком причинного ланцюга розвитку подій у світі. Узагальнено детермінізм Лукасевича виглядає так: якщо деяка подія E відбувається в момент t, то тоді для будь-якого моменту, який передре t, вірно, що E відбувається в момент t. Однак, на думку Лукасевича, не всі причини, які породжують майбутні події, доходять до теперішнього часу, тому що існують ще й випадкові майбутні події для яких вірним буде як те, що сьогодні немає причини для їх появи у майбутньому, так і те, що сьогодні немає причини для їх відсутності у майбутньому. Така позиція Лукасевича дістала назву “спростування детермінізму”.

Альфред Тарський вважається засновником формальної теорії істинності та логіки відношень і визначення понять. Він визначив предикат „істинний”, використовуючи у визначеннях тільки чітко прийнятні терміни і уникав інших невизначених семантичних термінів. На його думку, поняття істини завжди варто пов’язувати з конкретною мовою, оскільки істинне в одній мові, будучи переведено на іншу мову, може виявитися помилковим або навіть безглуздим в цій мові. Тарський відносив поняття істини до семантичних понять і пропонував називати свою концепцію істини семантичною, оскільки вона має справу з відносинами між висловами мови та об’єктами на які ці вислови вказують. Адаптуючи аристотелівське визначення істини до сучасної йому філософської термінології, Тарський перефразує його наступним чином: “Істина пропозиції полягає в його згоді з реальністю”. У теорії Тарського умови істинності визначаються в термінах здійсненості. Визначаючи поняття функції пропозицій у формалізованих мовах, спочатку описуються функції пропозицій найпростішої структури, а потім перелічуються операції, за допомогою яких з простіших можуть бути сконструйовані складніші функції: такі операції можуть полягати, наприклад, в кон’юнкції або диз’юнкції даних простих функцій. Тому можна сформулювати визначення істини і брехні, просто сказавши, що пропозиція істинна, якщо вона виконується

всіма об'єктами, а інакше – хибна. Умови істинності Тарський визначав через символічні значення формальних мов. Тарський показав, як визначити поняття істини для великого класу таких мов. Але, на його думку, визначення істини може бути дано для формальної мови лише в метамові (термін “метамова” належить А. Тарському і пояснюється як мова для описання інших мов). Тобто для “розмовної мови” Тарського – це означає, що істина може бути визначена лише в метамові. Отже філософське значення формальної теорії істинності Я. Тарського полягає у тому, що визначення істини неможливе. У цьому сенсі істина буквально невимовна.

Львівсько-Варшавська філософська школа – одна зі шкіл європейської аналітичної філософії, утворена групою логіків і філософів, що працювали у Варшаві й Львові. Її представники негативно відносилися до ірраціоналізму, прагнули до зближення філософських і наукових досліджень, до додання філософським міркуванням доказового й логічно строгого статусу. Найважливішим засобом досягнення цих цілей уважався логічний аналіз мови науки й філософії, що сприяє усуненню неточностей і двозначностей. Школа зіграла значну роль у польській та українській науці й культурі першої половини ХХ ст., висунула логіків і математиків на видне місце у світовій науці. Вона створила стійку традицію філософських досліджень, забезпечила комунікації у філософському співтоваристві, сприяла підвищенню престижу й ролі філософії і логіки у суспільстві. Школа розпалася в 1939 після окупації Польщі. Деякі її представники загинули, інші емігрували. Після другої світової війни частина представників школи брала участь у процесах культурного відродження країни, у розвитку польської вищої школи й академічних філософських досліджень.

**Голдак-Горбачевська Т. В.**

к.і.н., старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВПЛИВИ ТЕАТРАЛЬНО-МУЗИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПЕРЕМИШЛЯ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ НА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ**

Науковий аналіз культурно-мистецького життя Перемишля другої половини ХІХ – початку ХХ ст. є важливою складовою історії міжнаціональних зв'язків, спірних моментів історії українсько-польських взаємовідносин, узагальнення яких дає змогу уникати негативних тенденцій міжетнічної співпраці.

Досвід культурно-мистецького життя сприяє толерантності та конструктивному діалогу сучасних українських політиків, управлінців, діячів культури з польськими колегами.

Середина ХІХ – початок ХХ ст. ознаменувався зростанням творчої активності нової генерації митців та розквітом таланту діячів старшого покоління у поліетнічному Перемишлі.

Державний устрій Австро-Угорської монархії опирався на окремих ліберальних та демократичних засадах і проголошеній національній рівноправності народів де-факто не дозволив українцям, полякам, євреям та німцям почуватися на рівних засадах. Водночас лібералізація суспільно-політичних процесів у коронному краю, участь титульної нації (поляків) у парламентських практиках другої половини ХІХ – початку ХХ ст. все ж інституалізувала і національне життя українців. Надсяння зберегло яскраво виражену національно-культурну самобутність для українців, зокрема і в театральній-музичній сфері.

Процес національно-культурного відродження українців Австро-Угорської імперії, започаткований революцією 1848-1849 рр., зачепив театральну-музичне мистецтво, що розпочало активно розвиватися у великих культурних центрах Галичини, серед яких – Перемишль. В Перемишлі створюють перші аматорські театральні трупи, що згодом сприяло

утворенню професійного українського театру поруч з польським. Репертуар театру (переклади українською мовою польських, російських та німецьких драматургів) забезпечував духовні потреби насамперед інтелігенції Надсяння.

Розпочатий процес становлення аматорських форм існування театру першої половини XIX ст. здебільшого ґрунтувався на ініціативі культурно-освітніх товариств і навчальних інституцій, які самотужки з нагоди свят чи з огляду на інші причини ставили вистави. Постановки мали здебільшого розважальний, комедійний характер та не набули тих рис, які були властиві тогочасним професійним театрам. Незважаючи на це, аматорське театральне життя Перемишля XIX – початку XX ст. стало важливим чинником у загальному розвитку української культури західноукраїнських земель.

Театр “Руської Бесіди”, що гастролював на території Надсяння ставив твори, як західноєвропейської так і східноукраїнської драматургії. Однак польська частина інтелігенції неохоче відвідувала вистави українського професійного театру.

Незважаючи на підтримку “Руської бесіди” та періодичні субвенції Галицького сейму, український театр перебував у критичній фінансовій ситуації на відміну від польських. Невеликий склад трупи та специфічність мандрівного характеру вимагали інших умов, аніж до столичного театру. Постановлені на сцені високомистецькі оперні твори вимагали відповідного рівня виконання та музичної освіти, були зорієнтовані на професійне виконання. Тому в цьому аспекті театр поступався польському оперному театрові, де виступали українські професійні співаки, котрих переманювали значно вищою заробітною платою. “Кочове життя”, часта зміна керівників та постійні фінансові проблеми призводили до втеч багатьох акторів до польської опери.

Перемишль мав неабияке значення у розвитку музичного життя Східної Галичини: українське населення силою національного духу зуміло не тільки підтримати діяльність заснованих раніше музичних інституцій, а й створити нові. Активною концертною діяльністю в місті та поза його межми товариство “Перемишльський Боян”, намагалося прилучити місцевих українців до культурно-мистецьких традицій регіону.

Місто було рідним для багатьох поколінь українців від княжих часів, доби Галицько-Волинської держави: єпископа Івана Снігурського, скульптора Петра Війтовича, літературного критика Миколи Гнатишака, письменниці Ольги Добрянської-Коренець, художника Теофіла Копистинського, географа Степана Рудницького. В Перемишлі працювали автор Національного Гімну, композитор Михайло Вербицький, письменниця Уляна Кравченко, культурно-освітній діяч Анатолій Вахнянин та інші. Перемишль неодноразово відвідували Іван Франко, Станіслав Монюшко, адже між українцями та поляками Галичини протистояння проявлялося насамперед на політичному ґрунті та значно менше на культурно-побутовому рівні. В умовах Австро-Угорщини у міжетнічній культурній взаємодії спостерігалися елементи акомодатії, коли на рівні політичної монархії формально визнавалися деякі права національних груп, що дозволили українцям і полякам частково реалізуватися у сфері культури; однак рівня національно-культурної автономії українці не досягли. Участь української інтелігенції по обидва боки Збруча у творенні перших політичних партій, відчуття морального обов'язку та ідентичності з надніпрянськими українцями сприяло появі низки суспільно-культурних та фінансово-господарських структур: спілка “Народна торгівля”, кредитне товариство “Віра”, ремісничє товариство “Зоря”, осередків “Січі” та “Сокола”, хорového колективу “Боян”, Українського спортивного клубу “Сян”, читальне “Просвіти” та “Рідної школи”, що навчали галицьких українців новим методам господарювання, пропагували українську історію та культуру. Особливу увагу українська громадськість приділяла творенню осередків просвіти та навчання – читальне “Просвіти” та “Рідної школи”, діяльності Бурси Св. Миколая, Гімназійного інституту для хлопців Українського інституту для дівчат, чоловічої та жіночої гімназій. Важливими центрами духовності та освіти стали також парафії Греко-католицької церкви, Духовна семінарія та Дяківський інститут.

Активним було й культурно-освітнє життя місцевих поляків, яке за сприяння Римокатолицької церкви організували в місті патріотичні та релігійні свята, театральні вечори.

Міщани гордилися працею відомих польських діячів культури та освіти. Зокрема почесними громадянами міста влада визнала художника Яна Матейка, єпископа Мацяє Гіршлера, правознавця Францішека Смолку. Важливими осередками підтримання єврейської культури та освіти була міська Велика синагога (Засяньска), єврейські суспільно-культурні та торгово-фінансові структури.

**Пігош М. А.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ТЕОРЕТИЧНЕ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ЛОГІКИ**

За сучасних умов роль і значення логіки зростає. Вона сьогодні проникає у всі галузі науки і техніки, бо досліджує загальні засади правильного мислення. Важливо враховувати те, що різні логічні системи та навіть різні розділи цих систем, виконують важливу роль в пізнавальній діяльності людини.

Логіка як наука підвищує загальну інтелектуальну культуру людини, сприяє формуванню логічного правильного мислення, основними рисами якого є чітка визначеність, послідовність, несуперечливість, обґрунтованість та доказовість.

Принцип визначеності думки характеризує процес міркування з точки зору відмінності думок, їх уособлення. Перш ніж міркувати або вести дискусію, необхідно визначити поняття та який зміст вкладається в нього.

Логічна послідовність означає обов'язковість застосування правильності логічної побудови та зміни думок. Поняттям "послідовність" виражають зв'язок між предметами та процесами, взаємоперехід від одного до іншого. Згідно з цим, послідовність подій проявляється у тому, що кожна нова подія обумовлена попередньою. Така обумовленість отримала назву ряд подій, порядок подій.

Важливо наголосити, що при розумовому відображенні порядку подій необхідно дотримуватись наступних умов, а саме: щоб складові ряду були чітко виражені; щоб вони були сумісні й не знищували одне одного; щоб була в наявності основа ряду, яка б виражала спільні ознаки його складових. Без дотримання цих умов порядок думок порушується, складові порядку розпоршуються, зливаються або взаємно знищуються.

Порядок подій і, відповідно, думок не є чимось назавжди визначеним. Логічне мислення має динамічну структуру, у логічних рядах послідовного міркування виявляється єдність структури і процесу, способу, діяльності та направленості дії. Народна мудрість розуміє порядок як обов'язковість, внутрішню необхідність.

Принцип несуперечливості – це властивість теорії, яка полягає в тому, що з її аксіом не виводяться суперечливі висловлення. Несуперечність теорії означає, що ніяке твердження не може бути в ній одночасно доведене та спростовано. Вимога несуперечливості є обов'язковою вимогою для наукових теорій. Суперечлива теорія вважається недосконалою та існує загроза її руйнування. Поряд із істинними висловленнями вона містить і хибні. У такій теорії можна довести все, що завгодно. Вона стає тривіальною. Тоді поняття логічного доведення втрачає всякий сенс.

Принцип обґрунтованості висвітлює механізм логічних доказів. Обґрунтованість у міркуванні безпосередньо впливає та визначає порядок і спосіб мислення. Саме завдяки принципу обґрунтованості здійснюється цілеспрямований розвиток думки з метою пізнання світу та практичної діяльності людини.

Доказовість – вкрай важлива умова правильного логічного мислення. Величезна більшість істин, які становлять зміст науки, є обґрунтовані за допомогою доказів. Навіть математика істини, які видаються очевидними, завжди намагається довести, тобто привести нас до незаперечного усвідомлення їх необхідності та істинності, зв'язати ці істини логічним зв'язком з істинами, вже раніше або доведеними або просто прийнятими за вихідні положення

(аксіоми, постулати).

Доведення є, фактично, центральною процедурою логіки. Доказовість людського мислення пов'язана з такою рисою, як переконливість, які не варто ототожнювати. За своєю природою вони різні. Доказовість – логічна риса мислення, а переконливість – психологічна риса, що ґрунтується на логічній і фактичній достовірності.

Довести, що хибне твердження є істинним, не можна, але переконати окремих людей в його істинності можна. Саме цю відмінність між доказовістю і переконливістю здавна використовують люди, які хочуть ввести в оману інших. У наш час доказовість мислення набуває якісно нового значення. Це пояснюється потребою викоринення виробленої впродовж десятиліть звички вірити “на слово”. До того ж, у деяких галузях виробництва надзвичайно небезпечно використовувати недостовірні знання.

Обґрунтованість, доказовість є найважливішими рисами логічного мислення. Саме в цьому прослідковується суттєва відмінність наукового міркування від ненаукового, яке характеризується бездоказовістю, сприйняттям на віру тих чи інших думок.

Отже, формально-логічні побудови думки виникли на основі елементарних логічних принципів, вони можуть застосовуватися для пізнання як простих, так і складних процесів буття людини.

Освоєння логічної науки дає змогу свідомо будувати правильні міркування, відрізнити їх від неправильних, уникати логічних помилок, вміло і ефективно обґрунтовувати істинність думок, захищати свої погляди і переконливо спростовувати хибні думки та неправильні міркування своїх опонентів, сприяє удосконаленню стихійно сформованої логіки мислення. Завдяки логіці, людина прилучається до новітніх результатів інтелектуальних досліджень.

Чим вищий рівень розвитку суспільства, тим вищі вимоги до загальних засад логічної культури. У сучасному суспільстві кожна людина повинна вміти масштабно мислити, глибоко аналізувати процеси суспільного життя, приймати правильні рішення. Ця тенденція наглядно помітна в наш час, коли відбувається піднесення професійної, ділової, громадської та політичної активності людей, а відтак – і активності їх мислення.

Висока логічна культура мислення вимагається від керівників всіх рівнів. Проводячи службові наради, обговорюючи різні проблеми з підлеглими, керівник виступає у ролі організатора дискусії й арбітра суперечок. Знання правил умовиводу, аргументації і критики, допустимих й недопустимих прийомів суперечки дозволить керівнику спрямувати хід дискусії на пошук істини, краще підготуватись і провести ділові переговори. Як відомо, однією з основних функцій керівника є розробка і прийняття управлінських рішень. Логічні знання допоможуть йому краще оцінити альтернативи, використати організаційно-розпорядчі та соціально-психологічні методи, переконати працівників у правильності прийнятих рішень.

Логіка має практичне значення в комерційній діяльності, оскільки створює теоретичні передумови для конструювання логічно послідовної системи побудови стратегії і тактики маркетингу та менеджменту, скерує думку працівника торгівлі в напрямку вибору тих чи інших варіантів підприємницької діяльності, орієнтує на правильне розуміння законодавчих актів.

Особливе місце займає логіка в системі юриспруденції. Їх професійна діяльність підпорядкована законам і правилам логіки. Тому не випадково законодавець визнав за необхідне закріпити вимоги основних законів логіки у нормах права, перевести їх до рангу нормативних вимог. Нігілістичне ставлення до логічного мислення приводить до неприпустимих помилок у юридичній практиці, оскільки вони негативно позначаються на долях конкретних людей. Тому, логічна грамотність – необхідна риса освіченості правознавців. Логічні знання формують культуру мислення юриста, допомагають йому в складних ситуаціях правової діяльності мислити правильно, швидко знаходити логічні помилки у своїх міркуваннях та в міркуваннях інших людей, грамотно їх спростовувати. Юрист у своїй діяльності широко користується таким логічним інструментарієм як поняття, висловлювання, умовивід, дедукція, індукція, версія, доказ і заперечення, знання яких значно підвищують професійний рівень дослідження правових явищ. Отже, логіка надає можливість ефективніше вирішити та глибше дослідити наукові проблеми у правознавстві.

**КОГНІТИВНИЙ АНАЛІЗ ВОДОГОСПОДАРСЬКОГО МЕТАДИСКУРСУ**

Застосування когнітивного підходу до вивчення екологічного дискурсу дає змогу виявити засоби впливу на аудиторію під час здобування знань про стан навколишнього середовища; реконструювати вписане в дискурс ставлення до довкілля; дізнатися, завдяки яким мовним явищам людина здобуває екологічні знання про правильне ставлення до навколишнього середовища та раціональне використання набутого досвіду. З огляду на домінування когнітивно-дискурсивної парадигми мова розглядається як важливий механізм відтворення об'єктивних реалій навколишньої дійсності в концептуальній системі людини, яка є її основним продуцентом та користувачем.

Питанням дискурсу та аналізу дискурсу займалися багато зарубіжних та вітчизняних дослідників, зокрема З. Харріс, Дж. Граймс, Р. Лонгейкр, Т. Гівона, У. Чейф, Т. ван Дейк, Е. Бенвеніст, А. Звеґінцев, О. Селіванова, О. Кубрякова, О. Александрова, В. Карасик, Н. Артюнова та інші. Існує чимало підходів до аналізу та визначення дискурсу. Відомо, що й досі немає чіткого визначення поняття дискурсу, яке б охоплювало всі сфери його вживання.

Дискурс у своїх різних проявах, за допомогою мовних засобів, опосередковує нашу взаємодію один з одним та із соціальними, економічними, політичними, культурними та іншими важливими формуваннями нашого суспільства. У наш час все більше й більше уваги вчені приділяють дослідженням різних типів дискурсу, а екологічного зокрема, у руслі прагматичного та лінгвокогнітивного підходів.

У дослідженні дотримуємося робочої гіпотези про те, що водогосподарський метадискурс (Water Management Metadiscourse) можна розглядати як мегафрейм, що є важливим складником внутрішньосистемної ієрархічної структури суперфрейму “субдискурс екології та природних ресурсів (Ecology and Natural Resources Subdiscourse)”.

Об'єкт дослідження – водогосподарський метадискурс. Предмет дослідження – фреймове моделювання та лінгвокогнітивні характеристики водогосподарського метадискурсу.

Аналіз водогосподарського метадискурсу – складний та конструктивний процес, для ефективного здійснення якого потрібні передусім знання усіх компонентів мовної системи, загальні (енциклопедичні) знання, що зберігаються у довготривалій пам'яті у формі ментальних схем, визначення ситуативних факторів, їхня адекватна інтерпретація та багато інших чинників, дослідження яких може слугувати завданням майбутніх наукових розвідок у галузі когнітивної лінгвістики.

У ранніх дослідженнях, присвячених дискурсу, він виступає як щось ототожене із текстом, але вже у середині ХХ століття простежується розмежування цих двох понять – “текст” та “дискурс”, й останній починають розглядати як “функціонування мови в живому спілкуванні” [2]. Е. Бенвеніст був одним із перших, хто надав дискурсу термінологічне значення та визначив його як “мовлення, що належить мовцю” [1, 296]. Власне одним із численних розумінь дискурсу у сучасній лінгвістиці якраз охоплює поєднання тексту із ситуативним контекстом, системою комунікативно-прагматичних та когнітивних інтенцій автора, що здійснюється у взаємодії із адресатом [3, 39]. Таким чином, це поняття децю еволюціонувало за історію свого становлення, позначаючи не лише дискурс як мовне, але й загальнокультурне явище.

Теорія дискурсу, як правило, керується переконанням, що, незважаючи на їхні різновиди та типологію, у них діють правила, які визначають історичні способи взаєморозуміння людей між собою і їхні пізнавальні можливості.

Виходячи з поняття трирівневої організації дискурсу (тематичний або сценарний, функціональний або інтенціональний, комунікативний або зміни комунікативних ролей), метадискурс може розглядатися за відповідними функціями: тематичною, функціональною та діалогічною. У метадискурсі також визначається ряд експліцитних формулювань, що стосуються ознак, особливостей текстопобудови, до них належать: метакомунікативні сигнали, що маркують форми текстопобудови; дискурсотвірні засоби для забезпечення розуміння, оскільки слугують для адресата у вигляді опорних орієнтирних пунктів про поділ і впорядкування висловлень; ряд метадискурсивних елементів, що функціонують як допоміжний засіб при творенні, формулюванні висловлен.

За таким підходом метадискурс служить для уточнення побудови тексту, метадискурсивні одиниці відносяться до дискурсу, “вплетені” в нього, можуть розглядатися як засоби, що перетворюють відповідний дискурс на аргумент.

Метадискурсивність попри загально декларовану “відкритість” до різних типів дискурсу передбачає не тільки класифікаторську діяльність у вигляді визначення структуризації метатекстових елементів за низкою ознак. Це поняття вищого ступеня абстракції, яке в принципі можна привіяти до якнайширшого узагальнення суб’єктних вивів.

Зважаючи на недостатню дослідженість явища метадискурсивності в сучасному мовознавстві, вважаємо цю проблематику цікавою, новою і перспективною, адже сьогодні метадискурсивні дослідження обертаються навколо нової ідеї, а саме: комунікація – це більше, ніж просто обмін інформацією, – метадискурс охоплює також індивідуальні особливості, докази і припущення всіх тих, хто бере участь у комунікації.

#### Список використаних джерел

1. Бенвенист Э. *Общая лингвистика* / Э. Бенвенист. – 3-е изд. – М.: Эдиториал УРСС, 2009. – 448 с.
2. Каменская Т. Н. *Понятие дискурса в лингвистике* / Т. Н. Каменская. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/8\\_NND\\_2010/Philologia/60574.doc.htm](http://www.rusnauka.com/8_NND_2010/Philologia/60574.doc.htm).
3. Маслова Т. Б. *Типологія наукового дискурсу в сучасній мовознавчій парадигмі* / Т. Б. Маслова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://irbisnbnuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbnucgii/bis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJR](http://irbisnbnuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbnucgii/bis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJR).

Демчук Н. М.  
к.філол.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## СЕМАНТИЧНА ТРАНСПОЗИЦІЯ УСТАЛЕНИХ СЛОВОСПОЛУЧЕНЬ У ФРАНЦУЗЬКИХ ТЕРМІНАХ МАРКЕТИНГУ

З погляду структурної класифікації усталених словосполучення (УСС) трактують як синтаксичну конструкцію, яка утворюється в результаті поєднання двох або більше самостійних слів на основі підрядного граматичного зв'язку. Їх класифікують за трьома критеріями: поняттєвим, семантичним, синтаксичним.

**Поняттєвий критерій.** На думку М. Гревісса, слово, з яких би незалежних лексико-синтаксичних елементів воно не було утворене, вважається складним з моменту, коли викликає в уяві не різні риси, властиві кожному зі слів-складових, а єдине зображення [2, с. 92], як у терміносистемі маркетингової діяльності (МД): *libre-service* (m) “самообслуговування”; *prêt-à-porter* (m) “одяг, взуття для повсякденного користування”; *effet de commerce* “вексель”.

**Семантичний критерій** полягає у смислому наповненні УСС. Дослідники А. Леманн, Ф. Мартін-Бергле [3] наводять вирази, в яких dodani окремі елементи індивідуалізують утворену лексику одиницю, відриваючи її значення від значення її складових. Наприклад, *magasin populaire* не означає “народний магазин” – це розташований переважно у центрі міста супермаркет з обмеженим асортиментом продовольчих і промислових товарів.

**Синтаксичний критерій.** При утворенні УСС здійснюються такі ж синтаксичні операції, що й при формуванні вільних синтагм. Здебільшого це:

– з погляду парадигматики – заміни всередині граматичної категорії, наприклад, у категорії детермінативів *un dodo* “бай-бай”; *cheval de labour* “кінь, котрий оре”, не мають такого ж значення, що й сталі звороти у МД (*produit dodo* “товар, що зникає з продажу”; *produit cheval de labour* “товар, продаж якого зменшився, однак прибуток ще доволі високий”);

– у межах лексико-граматичної категорії – якісні прикметники: *point mort* “дата, на яку досягнуто порогу рентабельності”; між гіпонімами: *consommateur actif* “активний споживач”; *acheteur actif* “активний покупець”, *client actif* “активний клієнт”; між антонімами: *vrai pas* – заперечення поняття правдивості *c'est vrai*;

– синтагматичні зміни, спричинені, наприклад, додаванням до складу словосполучення модифікатора (прикметника, прислівника) для підсилення або конкретизації значення одного з його складових елементів: *base de données* “база даних” – *base de données internes* “внутрішня база даних” [2, с. 167-175].

За висновком Т. А. Аполлонської, УСС має дві структури: поверхневу, яка безпосередньо виражається в категоріях граматичної семантики, і смислову [1]. Саме тому при перекладі словосполучень з французької мови необхідно спочатку з'ясувати структуру їх змісту шляхом аналізу поверхневої структури і лише після цього встановити ступінь однозначної відповідності структурі еквівалентного українського словосполучення. У досліджених семантичних групах іменників саме конструкція *іменник(и) + прийменник* розкриває їхній зміст. У більшості випадків залежний іменник не супроводжується артиклем.

Як свідчать приклади, УСС не відзначаються відтворюваністю, навіть якщо повторюються у мові незліченну кількість разів. Свобода поєднання компонентів у подібних словосполученнях обмежена предметно-логічними відношеннями; мовні закономірності при цьому до уваги не беруться. В УСС один із компонентів може сполучатися зі значною кількістю інших: *emballage à jeter* “одноразова упаковка”, *emballage d'origine* “первинна упаковка”, *emballage compris* “включно з упаковкою”, *emballage gratuit* “безкоштовна упаковка”, *emballage promotionnel* “рекламна упаковка”, *emballage recyclable* “упаковка для повторного використання”, *emballage sous vide* “вакуумна упаковка”.

За висновком лінгвістів, УСС не створюються, а відтворюються в готовому вигляді в конкретному акті мовленнєвої комунікації. Ці відтворювані мовні одиниці не однорідні за своєю семантикою і можуть носити як фразеологічний (бути знаками вторинної номінації та функціонально співвідноситись зі словом як номінативною одиницею мови): *page d'accueil* “Інтернет-портал”, так і нефразеологічний характер (*forum Internet* “Інтернет портал”).

Спільної позиції мовознавців щодо розмежування УСС на дві категорії – нефразеологічного характеру та фразеологізмів – нема. Відомо, що фразеологічна усталеність виникає тоді, коли слова-компоненти повністю або частково втратили зв'язок зі своїм денотатом (*fourchette de prix* “виделка цін”, *guerre des prix* “цінова війна”). Фразеологізм, означаючи ту чи іншу реалію, використовує складові слова в невластивому для них значенні, співвідносячи їх з асоціаціями, які вони можуть викликати у конкретній ситуації. На передній план виступає конотативний аспект значення, який може розкрити механізм формування значення фразеологізму, надаючи виразу експресивного забарвлення, тону, колориту, як-от: *vente sous le manteau*, *vente sauvage* “дика” торгівля; *prix de la rue* “вулична ціна”, ціна на місцевому ринку; *client mort* “клієнт, що не проявляє активності”.

Дослідження доводять, що основні типи словосполучень у МД можуть розкладатись з позиції граматки, однак що стосується термінологічного смислового поєднання – вони не рівноцінні. Частина з них складається зі слів-термінів, які вживаються у прямуому значенні і є самостійними у застосуванні поза межами терміносполучення. Іншу частину складають УСС, до складу яких входять терміни і звичайні слова: причому терміном може бути як означувана, так і означальна частина словосполучення. Третю групу становлять сполучення двох або більше власне термінів, значення одного з яких переносне і властиве лише для конкретного застосування у професійному контексті. Частина УСС не лише вирізняється ідіоматичністю, а й метафоричністю, образністю. Існує ще одна група словосполучень, до складу котрої входять загальноживані компоненти слова з переосмисленим термінологічним значенням. Семантика таких складових термінів не виводиться зі значення компонентів, тому терміни цієї групи можна віднести до розряду фразеологічних виразів, що є одним граматичним цілим і у такій формі окремі з них не можуть бути визнані самостійними членами речення.

#### Список використаних джерел

1. Аполлонская Т. А. Семантико-синтаксический анализ именных слово сочетаний во французском языке / Т. А. Аполлонская // Проблема слова и словосочетания : [сб. науч. тр.]. – Л. : Ленингр. гос. пед. ин-т имени А. И. Герцена, 1980. – С. 75-81.
2. Grevisse M. *Le Bon Usage. Grammaire française* / Maurice Grevisse. – [13-ème édition refondue par André Goosse]. – Paris : Duculot, 1993. – 1762 p.
3. Lehmann A. *Introduction à la lexicologie. Sémantique et morphologie* / Alise Lehmann, Françoise Martin-Bertlet. – Paris, 2000. – 201 p.

**Дубравська Д. М.**

к.психол.н., доцент

Львівський торговельно-економічного університет

## СУЧАСНА КОРПУСНА ЛІНГВІСТИКА ТА ЇЇ ВНЕСОК У КОМП'ЮТЕРНУ ЛЕКСИКОГРАФІЮ

Знання еволюції значення слова є доволі цінним для розуміння його нинішньої природи та структури. Лінгвістичний конструкт формується як обчислення зафіксованих значень на базі існуючих тлумачних словників, базі даних та даних опитування інформантів – носіїв відповідних мов.

Корпусна лінгвістика трансформує лексикографічні джерела, забезпечуючи вченим та широкій аудиторії доступ до величезної кількості автентичних матеріалів, що дасть змогу аргументувати теоретичні дослідження в галузі лінгвістики достовірними практичними матеріалами. Першим, хто усвідомив і реалізував цю ідею, був Джон Сінклер та представники Університету Бірмінгему. Було створено корпус – масивна збірка автентичних тестів, що були підібрані та оформлені в корпусні тексти згідно з чіткими лінгвістичними критеріями.

Першим сучасним корпусом текстів був Браунівський корпус текстів на машинних носіях (Brown corpus 1960 – for American English). Його автори У. Френсіс та Г. Кучера спроектували його як набір прозаїчних друкованих текстів американського варіанту англійської мови (1 млн. слів). Його автори під словом “корпус” розуміли “сукупність текстів, яка вважається репрезентативною для даної мови, діалекту ... призначена для лінгвістичного аналізу”.

На сьогодні ці критерії удосконалені та стандартизовані та доступні для великої кількості мов.

Найбільш популярним та масивним анотованим корпусом є **BNC** (*The British National Corpus*), створений консорціумом укладачів словників.

Цінність такого корпусу вбачається в наступному:

- багаторазовість у використанні;
- корпус показує мовні дані в їх реальному оточенні, що дозволяє досліджувати лексичну і граматичну структуру мови, а також безперервні процеси мовних змін, що відбуваються в мові впродовж певного відрізка часу;
- корпус характеризується показністю, або збалансованим складом текстів, що дозволяє використовувати його для тестування пошукових машин, машинних морфологій, систем перекладу, а також використовувати його в різних лінгвістичних дослідженнях;
- корпус має важливе значення для викладання мови, оскільки за допомогою корпусу можна швидко і ефективно перевірити особливості вживання незнайомого слова або граматичної форми.

Робота з корпусами, тобто з масивами текстів, представленими в електронному вигляді, давно вже стала одним з основних методів лінгвістичних досліджень.

Корпусна лінгвістика використовується для верифікації отриманих даних різними методиками.

Комп'ютерна лексикографія містить в собі комп'ютерні методи та техніки, що дають змогу вирішити різноманітні лексикографічні завдання.

Корпусна лінгвістика забезпечила доступ до великої кількості автентичних даних.

Кількість досліджень, що базуються на корпусних даних зростає і водночас зменшується кількість скептиків вчених. Не зважаючи на велику роль корпусів текстів в прикладній лінгвістиці, основними їх користувачами є лексикографи – використовують дані для укладання словників. Дані взяті з великих корпусів є більш достовірними, ніж дані словника, особливо. Якщо це стосується нових. Незареєстрованих значень чи моделей вживання тощо.

Великі корпуси – великий обсяг, репрезентативні, достовірні, дають змогу здійснити більш детальний комплексний аналіз феномену.

Лексикографи більш ефективно укладають словники, користуючись великими корпусами.

Корпусне дослідження стали ключовим елементом майже кожного дослідження. Корпусна лінгвістика – емпірична, її об'єкт – реальні мовні дані.

Безумовно, корпусна лінгвістика яскраво і чітко репрезентує себе в одному з перспективних напрямів – *комп'ютерної лексикографії*. Електронні словники і енциклопедії розробляються сьогодні як автономні і мережеві програмні продукти. Не викликає сумніву той факт, що електронні словники надають користувачеві безліч додаткових можливостей в порівнянні з друкарськими аналогами:

- дозволяють зберігати великий об'єм інформації за рахунок використання гіперпосилань;
- електронний словник має ефективну систему пошуку (повнотекстовий пошук, одночасний пошук в декількох словниках, швидкість пошуку);
- у електронних словниках можуть застосовуватися засоби мультимедіа: озвучування заголовних слів, введення ілюстративного матеріалу з фотографіями, анімацією, відео фрагментами;
- можливість використання словників в локальній і глобальній мережах;
- значна економія часу і матеріальних ресурсів при створенні комп'ютерних словників.

Значний досвід досліджень в комп'ютерній лексикографії дозволяє розширити можливості вивчення смислової структури політичного слова. Так, сьогодні в наукових проєктах активно розробляється ідея, пов'язана з організацією концептуального простору мови політики з позиції гіпертекстової єдності.

Корпус текстів характеризується чотирма основними параметрами: по-перше, він повинен бути достатньо великого об'єму; по-друге, корпус повинен бути структурованим або розміченим; по-третє, тексти, складові певного корпусу, повинні бути в електронному

варіанти; по-четверте, в поняття “Електронний корпус” входить, як правило, спеціальне програмне забезпечення для роботи з цим корпусом.

Комп’ютерні корпуси використовуються і для досліджень лексики, синхронні і діахронні. Лексикографи відкрили для себе переваги комп’ютерних корпусів текстів і їх використанням.

За останнє десятиліття корпусна лінгвістика швидко прийняла той досвід, який був накопичений в інших достатньо розвинених галузях, що об’єднуються терміном АОТ (автоматична обробка тексту), або ж АРТ (автоматичне розуміння тексту), корпусна лінгвістика сьогодні має дві лінії розвитку – лінгвістичний аналіз тексту і інформаційний аналіз тексту.

Корпусна лінгвістика впродовж останніх десятирічь сформувалась в самостійний науковий напрямок, досягнення якого ознаменували новий етап в розвитку наукової думки. На сьогодні корпусна лінгвістика вважається відносно новим підходом, що має справу з емпіричним дослідженням “реального життя” мови, яке здійснюється за допомогою комп’ютера та електронних корпусів. Корпусна лінгвістика – займається створенням, обробкою та використанням корпусів. Праці провідних представників комп’ютерної та корпусної лінгвістики висвітлюють кардинальні проблеми організації корпусів текстів та застосування результатів їх аналізу в лінгвістичних дослідженнях.

Сучасна лексикографія аналізує і використовує методи та можливості корпусної лінгвістики, яка в свою чергу освоює методи та можливості лексикографії. Оскільки це відносно новий підхід до вивчення лінгвістичних явищ, корпус та його інструментарій постійно оновлюється і зазнає якісних змін.

**Барнич І. І.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ТЕРМІН І МОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ – ОСНОВНІ ОБ’ЄКТИ КОГНІТИВНОГО ТЕРМІНОЗНАВСТВА**

Якщо в 30-50 роках ХХ століття об’єктом лінгвістичної науки стає сам термін, то в 70-90 роках термінологія є вже наукою, яка визначила місце і функцію терміна, створила його теоретичну базу, метамову і методологію. На сьогодні дослідження в галузі термінознавства проводяться в чотирьох напрямках:

1. Лексичний: дослідження зводиться до фіксації термінів, їх ізольованого вивчення та стандартизації.
2. Морфолого-синтаксичний, коли характерні риси фахової мови окреслюються на рівні речення.
3. Текстовий: фаховий текст стає відправною точкою у дослідженнях і до уваги беруться всі рівні текстуалізації, включно з екстралінгвістичним.
4. Когнітивний, коли основою лінгвістичного дослідження стає продуцент та реципієнт фахової комунікації.

Новий етап у теорії еволюції терміна пов’язаний з когнітивним підходом. Значний внесок у дослідження цієї проблеми зробили О. І. Голованова, М. Н. Володіна, В. М. Лейчик, В. Ф. Новодранова, Е. Ф. Скороходько, Р. Арнтц, М. Гундт, М. Шварц, П. Задріні та інші.

Когнітивне термінознавство як нова міждисциплінарна галузь наукових знань найбільш пріоритетними для вивчення вважає термін і мову професійної комунікації.

Людина протягом життя користується як професійною так і загальноповсякденною лексикою. Мова науки використовуючи загальноповсякденні слова, наповнює їх науковим змістом. У такий спосіб розвивається термінологія як складова частина фахової мови.

Професійна комунікація особливо в час глобалізаційних процесів здійснюється представниками різних професій в рамках фахової сфери.

Фахова комунікація в принципі це мовна комунікація з усіма характерними ознаками, але додатково містить вона ще фахові терміни. Комунікація на всіх рівнях означає комунікаційний менеджмент (Kommunikationsmanagement), завдяки якому в учасників спілкування відбувається зв'язок між центральною нервовою системою і навколишнім світом. Когнітивісти розглядають навколишній світ як соціальну, емоційну, духовну, традиційну, ритуальну, імперативну, (констеляцію) будову.

Отож, фахова комунікація це внутрішньо або зовнішньо мотивована, стимульована і спрямована на професійні дії та процеси системи знань та когнітивних процесів, які приводять до зміни знань фахівців [1, с. 614].

За своїм складом мова професійної комунікації не є однорідною і складається з термінології, професіоналізмів, професійних жаргонізмів тощо.

Такої ж думки дотримуються і російський мовознавець О. І. Голованова. Вона вважає, що мова професійної комунікації складається з чотирьох основних строг (або зон): 1) термінологія; 2) професіоналізми; 3) професійні жаргонізми; 4) усні корпоративні одиниці(корпоративні діалекти) [2, с. 48].

О. І. Голованова твердить, що термінологія (сукупність термінів) є ядром або комунікативним центром мови професійної комунікації. Професіоналізми на її думку як одиниці усного професійного спілкування виникають вільно без особливих обмежень і позначають не тільки конкретні спеціальні предмети, але й абстрактні спеціальні поняття. Професійні жаргонізми служать для створення вторинної картини світу і є не у всіх фахових мовах [2].

Науковець висловлює твердження, що зазвичай корпоративні діалекти не виділяються в самостійний лексичний клас, але в мові постіндустріального суспільства їх необхідно виділяти. Оскільки в різних галузях філології часто використовуються такі поняття як “корпоративна культура”, “корпоративне середовище”, “корпоративні відносини” тощо.

За підрахунками Е. Ф. Скороходька 30-40% слів і словосполучень, які зустрічаються в науковому дискурсі припадає на терміни. Термін вважається головним носієм конкретної галузі знань і наукової дисципліни. Він вважає, що науковим терміном може бути слово або усталене словосполучення. Воно виражає спеціальне поняття науки, техніки, іншу галузь людської діяльності та має дефініцію, яка розкриває ознаки цього поняття, що є релевантними саме для цієї галузі [3, с. 10].

Термін є неоднорідною одиницею, при чому необхідно розрізняти різні типи термінів, звертати увагу на їх системо- та текстозумовлені характеристики, які визначаються функцією терміна в системі мови та в конкретній текстовій реалізації. До системозумовлених характеристик терміна належать – когнітивна вартість (кількість безпосередніх та опосередкованих семантичних дереватів) та інформаційна насиченість (кількість безпосередніх та опосередкованих семантичних складників).

Терміни з великою когнітивною вартістю зафіксовані у словниках і виражають конкретні категоріальні поняття певної галузі або дисципліни і саме вони відіграють важливу роль у формуванні терміносистеми. Такі терміни мають велику інформаційну насиченість проте не всі вони кодифіковані. В науковому тексті вони мають особливий статус, оскільки передають нову не завжди відому читачеві інформацію. Але в текстах вони відіграють роль інформативних маркерів, головна функція яких – інформація. Інформативні маркери у фахових текстах повинні переконувати, застерігати, зацікавлювати, звертатись до людських відчуттів і т.п. Особливо емоційними тексти бувають, які мають відношення до біржі, реклами, страхування, оподаткування.

З точки зору процесу виникнення терміна то він відображає результати практичної діяльності людини, її досвід та процес мислення. Термін також відображає сферу інтелектуально організованої соціальної дійсності, передає інформацію про невелику

частинку світу. Отже, завдяки інформації акумульованій в терміні відбувається процес пізнання.

З погляду когнітивного термінознавства терміни виконують важливу комунікативну функцію, забезпечують професійно-наукове взаєморозуміння представників різних галузей знань, стимулюють людину в отриманні знань та досвіду.

На думку L. Hoffmann основним елементом дослідження термінології є термін, а фахова комунікація зосереджена на “системі знань і когнітивних процесів”, які відображаються концептами [1].

Висококваліфікований фахівець володіє не тільки знаннями, але вміє також правильно оперувати фаховою термінологією. Терміни як мовне вираження спеціальних понять є особливий спосіб репрезентації знань. Інформація, яка зосереджена в терміні це знання, які фіксуються в понятійному уявленні носія мови і вводиться в мовну свідомість. Когнітивна специфіка терміна полягає в тому, що людина отримує інформацію, яка акумульована в терміні протягом певного часу. Когнітивна інформація дозволяє зрозуміти соціально-історичні події, уявити процес формування терміносистем і професійно-наукових знань в цілому. Прагматична цінність термінологічної інформації полягає в здатності певним чином впливати на поведінку людини і її спосіб мислення.

#### Список використаних джерел

1. L. Hoffmann *Fachwissen und Fachkommunikation. Zur Dialektik von Systematik und Linearität in den Fachsprachen.* / Hoffmann L. // In Bungarten, Frachsprachentheorie. Band 2 Tostedt: Attikon, 1993. S. 595-617.
2. Голованова Е. И. *Введение в когнитивное термоведение* : учеб. пособие / Е. И. Голованова. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2011. – 224 с.
3. Скороходько Е. Ф. *Сучасна англійська термінологія* / Е. Ф. Скороходько. – К. : УЛІМ, 2002. – 70 с.

**Степанов А. В.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## МОРФОЛОГІЧНІ ТА СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДЕМІНУТИВНИХ СУФІКСІВ В АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Порівняно з більшістю слов'янських та романських мов, категорія демінутивності в англійській мові характеризується низькою частотністю реалізації, невисокою продуктивністю та досить обмеженими виражальними засобами. У сучасній англійській мові демінутиви утворюються від обмеженого семантичного кола основ – особисті імена людей, терміни родинних стосунків, назви осіб за статтю, віком, зовнішнім виглядом, професією, родом занять, національністю, найменування предметів побуту, які виражають ознаку розміру, назви і клички тварин, одиниці виміру часу тощо. Демінутивність, як правило, передбачає вираження значення розміру і значення особистої оцінки. Наприклад, *girlie* – це “маленька дівчинка” і “дівчинка, до якої мовець має почуття ніжності, афективності”. Якщо позначуване (предмет або явище) не може бути об'єктивно виміряне, то демінутив реалізує лише оціночне значення, передає емоції і ставлення мовця до предмета розмови. Аналітичний устрій англійської мови зумовлює схильність до вираження категорії демінутивності за допомогою словосполучень, у яких елементом з демінутивною семантикою є прикметники *little, poor, dear* та їхні синоніми. Незважаючи на те, що найбільш поширеною формою словотворення в англійській мові залишається афіксація, набір морфологічних інструментів для синтетичного вираження категорії демінутивності є досить обмеженим. Інвентар демінутивних суфіксів налічує 15 формантів: -у (орфографічні варіанти *-ie, -ey*), *-ette, -let, -ling, -kin, -een, -en, -(e)rel, -et, -o, -a, -s, -er, -poo* та *-pegs* [1: 29; 2: 17]. Вищенаведені морфеми різняться за рівнем дистрибуції, стилевими ознаками та індексом продуктивності: морфеми *-let, -ling, -ette, -kin* належать до книжного стилю, -у – до

розмовного, *-poo*, *-pegs* – зустрічаються у дитячому мовленні; у сучасній мові продуктивність не втратили суфікси *-y* / *-ie*, *-ette* та *-ish*.

Суфіксальні форманти *-y*, *-ie*, *-ey* традиційно вважаються маркерами афективності, пестливості, фамільярності, вони часто вживаються у дитячому мовленні: *Annie*, *Johnny*, *Susie*, *mummy*, *daddy*, *granny*. Основною їх функцією є утворення гіпокористичних імен (назв): *My name is O'Toole, my friends call me Tooley (Travels with my Aunt, Graham Greene)*. Форми *-ie*, *-y*, є найбільш вживаними, однак їхня дистрибуція є непередбачуваною та пояснюється усталеними орфографічними традиціями: наприклад, форми жіночих імен *Sally* та *Annie* зустрічаються частіше, ніж *Sallie* та *Anny*; *-ie* – суфікс шотландського походження вживається для оформлення гіпокористичних утворень: *mousie*, *dearie*. Суфікси *-y* (*-ie*, *-ey*) можуть утворювати іменники-демінутиви також і від прикметникових та дієслівних основ: *brownie*, *goodie*, *softie (a week-minded or silly person)*, *cookie*. Присудання цього демінутивного суфікса до багатоскладових лексем спричиняє скорочення основи до одного складу: *granny* від *grandmother*, *comfy* від *comfortable [furniture]*, *tatties* від *potatoes* [1: 112]. Суфікси *-y* (*-ie*) вважаються не лише найбільш продуктивними демінутивними суфіксами в англійській мові [2: 87], а й найбільш частотним дериваційним суфіксальним формантом, який може поєднуватися чи не з усіма іменниками [3: 188]. Найбільшої продуктивності суфікс досягає в австралійському (де поширені обидві форми) та шотландському варіантах (перевага надається формі *-ie*) англійської мови: до прикладу, чи не кожен іменник зазнає демінутивізації у дитячих поетичних рядках Джека Буллока (Jack Bullock, 1921-1970): *Dance to your daddy, my bonnie laddie. Dance to your daddy, my bonnie lamb! And ye'll get a fishie in a little dishie Ye'll get a fishie when the boat comes hame. Same в результаті впливу шотландського варіанту в сучасній англійській мові функціонують форми laddie, dearie, baddie тощо.*

Запозичений з французької мови суфікс *-ette*, позначає невеликий розмір предмета в демінутивних утвореннях XVII-XVIII ст., що зустрічаються у мові вищих соціальних верств: *leaderette* (коротка редакційна замітка в газеті), *luncheonette* (легка закуска), *pianette* (маленьке піаніно). З точки зору семантики виділяють 3 значення суфікса *-ette*: 1) пряме значення демінутивності, вираження ідеї малого розміру: *kitchenette*, *novelette*, *sermonette*, *colonette*; 2) значення імітації, замітника чогось, часто стосовно матеріалів, в результаті метафоризації “*a little like the original thing*”: *leatherette* (штучна шкіра), *flannelette* (байка, бавовняна тканина, схожа на фланель); 3) нейтралізація значення демінутивності у лексемах жіночого роду: *anchorette* (телеведуча випуску новин), *majorette* (танцівниця, яка маршує попереду військового оркестру), *suffragette* (суфражистка), *usherette* (білетерша, капельдинерша). Останнє значення набуло найбільшого поширення у другій половині XIX ст. Демінутив *-ette* – єдиний запозичений суфікс, який зберігає продуктивність у сучасній англійській мові, зокрема у лексичній сфері реклами та торгівлі: *featurette (a short feature film)*, *snackette (a snack bar)*, *drawbackette (a small drawback)*.

Суфікс латинського походження *-let* зустрічається у словах, що позначають предмети невеликого розміру в порівнянні з великими аналогами: *amulet* (перстеник), *brooklet* (струмочок), *booklet* (брошура, буклет), *leaflet* (листівка, тонкий буклет). Цей формант також актуалізує сему «молодий» у назвах тварин, птахів, рослин: *piglet* (порося), *eaglet* (орлятко), *oaklet* (дубок). Демінутивне значення нейтралізується у назвах предметів одягу, аксесуарів: *frontlet* (пов'язка, прикраса або амулет, які носять на чолі), *wristlet* (наручний браслет), *anklet* (ножний браслет). Окрім цього, похідні іменники з суфіксом *-let* контекстуально схильні до реалізації деспективного, зневажливого значення *kinglet*, *princelet*, *lordlet* (до порівняння, укр. царьок, князьок, панок).

Давньогерманський суфікс *-ling* виражає: 1) пряме значення демінутивності – сема «молодий» реалізується, як правило, у зоонімах: *duckling*, *codling*, *gosling*, фітонімах: *sapling* (пагір, саджанець, відсадок), *seedling* (розсада, сіянець) та в окремих загальноживаних лексемах: *fledge(ing)* (новачок, недосвідчений юнак), *firstling* (первісток); 2) емтивне значення – як афективне: *darling* (дорогий, милий), так і деспективне: *princeling* (князьок),

*squireling* (панич) *hireling* (юнак-наймит), *weakling* (слабка істота), причому частими є випадки метафоризації: *gosling* – не лише «гусеня», але й «дурненький, дурник».

Демінутивний формант *-kin* є запозиченням XIII ст. з голландської мови, його німецьким аналогом є суфікс *-chen*. Вперше цей суфікс зустрічається в особистих іменах, здебільшого чоловічих: *Janekin*, *Malekin*, *Watekin* and *Wilekin* (біля 1250 р.), які були популярні десь впродовж століття, а згодом вийшли з ужитку. До сьогодні цей суфікс зберігається у прізвищах, часто в комбінаціях з елементами *-s* або *-son*: *Jenkins*, *Watkins*, *Wilkinson*, *Dickens*, *Dickinson* тощо. У загальноживаній лексиці демінутив зустрічається спорадично в окремих історизмах та архаїзмах: *baudekin* (бодекін), *fauntekin* (інфант) and *feudekin* (тяжба, суперечка). В наш час суфікс є продуктивним лише у прізвиськах, утворених від двоскладових основ на *-ie*, з подальшим додаванням суфікса *-s*: *Katiekins*, *Lizzikins* [2: 105 – 106]. Також досі зустрічається в дитячому мовленні демінутив *lambkin* (ягнятко).

Група суфіксів *-een*, *-en*, *-(e)rel*, *-et* вважаються історичними демінутивами, оскільки вони втратили свою продуктивність, морфологічно тісно злилися з основою, а їхнє значення зменшуваності або афективності послабилось: *colleen*, *kitten*, *doggerel*, *scoundrel*, *bullet maiden*, *cockerel*, *baronet*. Англо-ірландський суфікс *-een* досі зберігає демінутивне значення в іменниках та власних іменах *mavoureen*, *pot(h)een*, *smithereens*, *Squireen*, *Kathleen*, *Eileen* та реалізує значення «імітації» шляхом метафоричного перенесення за подібністю у словах *velveteen* та *sateen*.

Демінутив *-o* виражає пейоративне значення у загальних іменниках та власних іменах людей: *fats*, *weirdo*, *kiddo*, *boyo*, *Stevio*, *Johnno*, *Robbo*, на противагу похідним з суфіксом *-ie* / *-y*, які містять позитивні імплікації: *kiddie*, *weirdie*. Особливого поширення формант *-o* з різним ступенем вираження ідеї демінутивності набув в австралійському національному варіанті англійської мови: *biffo* (a small fight), *garbo* (a garbage collector), *povvo* (a poor or cheap person), *smoko* (a smoking break while at work та в результаті метонімічного розширення *any rest break at work*), *servo* (a petrol station, service station).

Окрім демінутива *-y*, сему неповноти прояву признаку також реалізує суфікс *-ish* у низці прикметників: пор. *reddish* (червонуватий), *niceish* (непоганий), *yellowy* (жовтенький), *browny* (коричнуватий). Числівникові демінутивні утворення з *-ish* актуалізують сему неточності, невизначеності, коли мовець не впевнений у правильності інформації і припускає можливість її коригування: *What about eightish?* (Як щодо близько восьмої години?), *Well, she may be fortyish or something* (Їй десь приблизно сорок років).

Суфікс *-s* вживається для утворення прізвиськ і зменшувально-пестливих власних імен в американському варіанті англійської мови (*Babs*, *Daves*, *Jules*, *moms*), причому часто американські демінутиви утворюються шляхом злиття демінутивних суфіксів: *momsie*, *fats*, *Johnsie*.

Демінутиви з суфіксами *-poo*, *-pops* та *-pegs* зустрічаються у дитячому мовленні та належать до так званої лексики *nursery words* або *nursery rhymes*: *kissypoos*, *Daddypegs*, *Rosiepegs*, *Katiepoo*, *Mikeypoodles*.

#### Список використаних джерел

1. Dressler W. U. *Morphopragmatics: Diminutives and Intensifiers in Italian, German and other Languages.* / Dressler W. U., Barbarese M. L. – Berlin: Mouton de Gruyter, 1994. – 682 pp.
2. Schneider K. P. *Diminutives in English.* – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2003. – 306 pp.
3. Togini-Bonelli E. *Corpus Linguistics at Work.* – Amsterdam: Benjamins, 2001. – 233 pp.

## ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИЙ ДИСКУРС ЯК РІЗНОВИД АНГЛОМОВНОГО ДИПЛОМАТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Створення Європейського Союзу та нинішні динамічні євроінтеграційні процеси зумовили виникнення своєрідного євроінтеграційного дискурсу, який за своєю суттю є неоднорідним явищем, що інтегрує ознаки інших типів дискурсу (відокремлених за різними критеріями), поєднує текст і контекст, охоплює всі сфери життя європейського суспільства і відображає зв'язки між членами європейського суспільства, тенденції, внутрішні і зовнішні чинники, що впливають на процес європейської інтеграції.

Завдання нашої розвідки – виявити конститутивні ознаки євроінтеграційного дискурсу як різновиду дипломатичного дискурсу та його ціннісну специфіку.

У нашій роботі на цій стадії дослідження під дипломатичним дискурсом розуміють складний соціомовний феномен, породжений інститутами дипломатії та міжнародного спілкування (комунікації), якому властива цілісна система, а також особлива організація мовних засобів для відображення комунікативних ситуацій, спрямованих на зниження невідповідності або протиріччя комунікативних інтересів учасників дискурсу задля пошуку компромісу чи взаємоприйнятних рішень.

Описуючи той чи інший тип дискурсу, дослідники залучають поняття компонентної структури дискурсу, яка є не що інше, як набір його базових системоутворюючих ознак. Останні є необхідною і достатньою умовою виникнення та існування дискурсу і виділяються як найбільш загальні, обов'язкові ознаки, за якими визначається дискурс як такий. В інституційному дискурсі до них належать так звані ознаки інституційності, що представляють собою конкретизацію конститутивних ознак, насамперед, за лінією учасників [1:194-195,199]: цілі та цінності дискурсу, учасники спілкування у їх ситуативно-комунікативних амплуа, умови, хронотоп, стратегії, матеріал (тематика), прецедентні (культурогенні) тексти, дискурсивні формули тощо. Для виокремлення євроінтеграційного дискурсу як дискурсивного різновиду взято до уваги його конститутивні ознаки: характеристики учасників комунікації, мету та обставини спілкування, оцінність, стратегії, жанри. Розглянемо деякі з цих ознак.

Ознаки інституційності, за В. І. Карасиком, визначаються, насамперед, за категорією учасників спілкування (як представницьке спілкування) та їх метою. Інакше кажучи, будь-який інституційний дискурс представлений соціальним інститутом і є комунікацією чітко в його межах. Отож, учасниками євроінтеграційного дипломатичного дискурсу, згідно з цією типологією, необхідно вважати професійних дипломатів, представників інституту міжнародної та внутрішньополітичної дипломатії, а метою – створення міцного союзу народів Європи; сприяння збалансованому і тривалому економічному прогресу; утвердження власної ідентичності в міжнародній сфері; розвиток співпраці в юридичній сфері; збереження і примноження загального добробуту.

Євроінтеграційний дискурс є складовою новітньої дипломатичної комунікації всередині ЄС і представлений у вигляді корпусу текстів, обсяг якого постійно збільшується. Дискурс європейської інтеграції, згідно з мовною політикою ЄС, є багатомовним, хоча англійська є найбільш поширеною мовою в ЄС. Для нашого аналізу взято англійський варіант цього дискурсу, який можна вважати вихідним, оскільки переважна кількість текстів у межах установ ЄС з'являється на веб-сайтах спочатку в англійській версії, а далі перекладається іншими мовами країн-членів ЄС. Слід зазначити, що офіційні тексти в досліджуваному корпусі переважають. Відтак, євроінтеграційний дискурс становить різновид дипломатичного дискурсу, який є тісно пов'язаний зі сферою офіційного спілкування.

Євроінтеграційному дискурсові притаманне дотримання офіційного стилю та спільності тематики, що виокремлює цей дискурс як особливий різновид дипломатичного дискурсу і сприяє його жанровій своєрідності. Стратегії цього дискурсу впливають із його мети – інтеграції більшості європейських держав у політико-економічний союз – та зводяться до досягнення об'єднувальної цілі.

У межах цього дискурсу створюється нова система цінностей – соціальних, соціально-психологічних ідей і поглядів. Ціннісний підхід до вивчення дискурсу дозволяє розширити межі дослідження тексту, залучивши дані суміжних дисциплін: культурології, соціології, політології тощо.

Цінності дипломатичного євроінтеграційного дискурсу визначаються його цілями. Євроінтеграційний дискурс є сферою, у межах якої створюється ідеалізований образ європейської спільноти, заснованої на спільних цінностях, таких як єдність, згуртованість, терпимість (толерантність), безпека, демократія, гідність, рівноправність, правосуддя, надійність, національне лідерство, свобода, солідарність, соціальний порядок, справедливість, стабільність, впевненість, християнські цінності.

Спіраючись на сукупність текстових та соціальних ознак, релевантних для побудови типології дискурсу (характеристики учасників комунікації, мета та обставини спілкування, оцінність, стратегії тощо), а також урахуовуючи ознаку інституційності, нами було виокремлено як окремий різновид сучасного англомовного дипломатичного дискурсу – євроінтеграційний дискурс.

#### *Список використаних джерел*

1. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик – Волгоград: Перемена, 2002. – 477 с.

**Кость С. С.**

викладач

Львівський торговельно-економічний університет

### **СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТВОРЧОСТІ КАРЕЛА ЗАПА В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО ДИСКУРСУ**

Карел Зап – відомий чеський етнограф, фольклорист, редактор, один із перших дослідників чесько-польських та чесько-українських культурних зв'язків періоду національного відродження у слов'янських країнах у 30-40 роках XIX століття. Треба зазначити, що він не був ученим, а популяризатором знань з історії, краснорядства, мистецтвознавства, археології і належав до тих перших діячів чеського відродження, хто активно писав не для вченої аудиторії, а для масового читача. Це, відповідно, зумовлювало і стиль його праць. Що більше, частина його праць мала характер навчальних підручників чи посібників, що теж впливало на стиль викладу.

Індивідуальний стиль К. Запа ми розглядаємо в контексті національного відродження (в контексті вимог і впливів цієї доби). Як в українців, так і в чехів проблема державності (а саме відновлення втраченої державності) була історичним і моральним імперативом нації (і кожного індивіда окрема), була сенсом і метою існування нації, а національне відродження було проміжним етапом цього процесу.

Так, у передмові до своєї вершинної праці “Чесько-моравська хроніка” К. Зап спеціально зазначав, що хроніку потрібно було писати стилем простонародним, бо саме на масову аудиторію він розраховував, на мало- або й неосвічені верстви суспільства. Проте характерно, що він використав для означення стилю прикметник не “lidový”, а “národní”, тобто він мав на увазі саме націю. Там же, у передмові, він означив свою хроніку як виконання волі Вітчизни і заявляв, що виконує цю волю, незважаючи на перешкоди і різкі оцінки з боку певних кіл. Ця думка К. Запа спонукає до ширшого погляду на стиль і розгляд

не його суто мовознавчого чи літературознавчого аспекту, а як певну суспільно-духовну категорію, суголосну з національним дискурсом. Тобто, ми можемо вести мову про “стиль” як про “стиль мислення”, що реалізується в тексті за допомогою мовних і літературних засобів. Це дає змогу звернути увагу на такі риси як наукова коректність і чесність у поводженні з фактами (правдивість як моральна категорія); це публіцистичність; інтелектуальна відвага у перегляді загальноновизнаних ідей і концепцій; це популярність і доступність викладу історичного наративу; оповідь про певну подію, але з конкретною дієвою особою в центрі; це і белетризація наративу. Зрозуміло, що в різних жанрах і в різні періоди творчості К. Запа ці риси його стилю проявлялися по-різному і в різних поєднаннях. Висловимо свою думку лише про деякі риси його стилю.

Однією із важливих рис стилю К. Запа як популяризатора і публіциста, його мислення і осмислення тих чи інших проблем була наукова чесність і коректність, по-іншому кажучи, правдивість. Ми не стверджуємо, що це була унікальна риса, притаманна лише йому, бо, власне, чеські будителі завдяки пізнанню, завдяки науковій діяльності в різних наукових галузях теж намагалися утвердити для аудиторії (вибраної або масової) одну історичну істину – чеська нація має славне минуле, вона не повинна зникнути зі світової сцени і має майбутнє. Цій істині був вірний і К. Зап, він був правдивим не з кон’юнктурних міркувань і писав навіть тоді, коли це загрожувало йому втратою популярності і прихильності в найближчому середовищі. Так, у “Мандрівках і прогулянках по Галицькій землі” він мав громадянську й інтелектуальну відвагу сказати правду про взаємність – про польсько-українські взаємини, а докладніше – про несправедливе ставлення поляків до українців.

Щодо публіцистичності. Оскільки у К. Запа публіцистичних творів не було, то це і дає змогу стверджувати, що всім його працям – історичним, красзнавчим, літературознавчим, мистецтвознавчим – притаманна публіцистичність з огляду на те, що вони 1) незважаючи на галузь науки і предмет розмови були пов’язані із сучасністю і мали сучасний підтекст; 2) автор апелював до читача і намагався його переконати, виховати національно свідомим; 3) автор був тенденційним, бо концепції його праць відображали головні ідеали чеського національного відродження; 4) К. Зап висловлював свою суб’єктивну думку і не боявся полеміки.

## СЕКЦІЯ 12 “ВИЩА МАТЕМАТИКА, КІЛЬКІСНІ МЕТОДИ ТА КОМП’ЮТЕРНІ НАУКИ”

**Prof. Pilyavskyy A. I.**

Lviv University of Trade and Economics, Lviv, Ukraine,

**Prof. Aaronson W. E.**

Temple University, Philadelphia, USA

### MEASURING PERFORMANCE IN UKRAINIAN HEALTHCARE FACILITIES

This study examines the comparative performance of the hospital sector in the west (75 rayons) and south (44 rayons) regions of Ukraine over a 5-year period from 2010 to 2014. To compensate for challenges in measuring efficiency, we identified valid production and macroeconomic and demographic data that are valid and useful for purposes of econometric studies of healthcare efficiency.

Because of the known sensitivity of traditional nonparametric frontier estimators to outlier observations, we employ an order-m estimator, a robust technique, to assess the efficiency and technical change of health care providers as well as changes in their productivity over time.

The efficiency scores are calculated with an output-oriented model. Inputs included number of physicians and nurses, and hospital beds in rayon; outputs include patient days and hospital discharges. The resulting estimates are robust with respect to outliers and noise in the data. We also estimated the confidence intervals for the efficiency of the health care providers in Ukraine.

A model was then constructed to explain variation in efficiency scores among rayons, between regions and across time. Additional variables incorporated into the explanatory model include rayon health and total budgets, population characteristics (size, age, income, employment and retirement), location (south or west).

**Артемко В. Б.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### ВЕБ-ІНСТРУМЕНТИ СПІВПРАЦІ УЧАСНИКІВ ДИСТАНЦІЙНИХ КУРСІВ

Широке використання веб-інструментів (соціальних сервісів Web 2.0) і LMS-систем (Learning Management System), на засадах яких забезпечується впровадження дистанційних технологій навчання у вишах, – одна з умов виходу вищої освіти на рівень міжнародних стандартів. Це проявляється в тому, що якість підготовки фахівців у будь-якому вищому навчальному закладі все більше залежить від умінь та навичок студентів застосовувати інформаційно-комунікаційні технології для добування потрібних знань.

У світлі цього дослідження механізмів організації навчання у співпраці на основі веб-інструментів є актуальною науковою проблемою, вирішення якої підвищить ефективність електронного навчання (e-Learning) як в академічному, так і в корпоративному секторі.

Серед педагогічних технологій найбільший інтерес для електронного (дистанційного) навчання представляють технології, які орієнтовані на навчання у співпраці, групову роботу студентів і роботу з різними джерелами інформації, активізацію пізнавального процесу. Ці технології забезпечують найефективніше розв’язання проблем особистісно-орієнтованого навчання. Студенти отримують реальні можливості відповідно до індивідуальних здібностей досягати певних цілей у різних галузях знань, осмислювати одержувані знання і формувати власну аргументовану точку зору на різноманітні проблеми буття [1].

Навчання у співпраці – це спільне (розподілене) навчання, в результаті якого студенти працюють разом, у складі малих навчальних груп (як правило, по 3-5 чоловік), колективно конструюючи, продукуючи нові знання, а не споживаючи їх у вже готовому вигляді [2]. Інакше кажучи, це модель використання малих груп учнів у реальному або віртуальному класі. При цьому навчальні завдання структуруються так, що всі члени команди виявляються взаємопов'язаними та одночасно досить самостійними під час оволодіння матеріалом та розв'язання визначених завдань.

Мета доповіді – висвітлити підходи до застосування представлених у таблиці веб-інструментів для покращення взаємодії студентів у проектних групах дистанційних курсів.

Розглядаються найпопулярніші веб-інструменти, представлені в табл. 1. Огляд цих інструментів висвітлюється докладніше в Центрі навчання та ефективних технологій Джейн Харт [3].

Дистанційний курс (ДК) “Системи прийняття рішень” як об’єкт аналізу розміщений у Веб-центрі Львівського торговельно-економічного університету, створеного на базі системи Moodle [4]. Одним із індивідуальних завдань (ІЗ) цього ДК є “Огляд методик визначення та розв’язання проблемних ситуацій”. Кінцевий результат ІЗ – розробка освітніх проєктів. ІЗ виконується в малих групах (не менше 3-х осіб). Група формується самостійно відповідно до своїх інтересів і переліку проблем, запропонованих викладачем (тьютором) на форумі цього дистанційного курсу. Тьютором пропонується така проблематика, в якій студенти могли б розглядати себе в ролі експертів. Наприклад, це можуть бути такі проблеми вишу:

- низький рівень методичного забезпечення самостійної роботи студентів (СРС) на прикладі конкретної дисципліни, блоку дисциплін, дисциплін конкретної кафедри;
- незадовільний набір абітурієнтів для конкретного напрямку підготовки бакалаврів протягом останніх років;
- низький рівень працевлаштування випускників конкретних напрямів підготовки і спеціальностей та інше.

Таблиця 1

Рейтинги веб-інструментів для навчання: 2014-2017 рр.

					TOOLS	
2017	2016	2015	2014	Name	Notes	
1 ↑ 1	2	4	2	Google Docs/Drive – collaboration suite	F O	
2 ↑ 8	10	30	17	Word – creating all kinds of paper-based materials	P/D	
3 =	3	5	4	PowerPoint – presentation programme	P/D	
4 ↓ 3	1	2	3	YouTube – video-sharing tool	F O	
5 ↓ 1	4	3	5	Google Search – search engine	F O	
6 ↑ 40	46	56	43	Excel – spreadsheeting tool	P/D	
7 ↑ 11	18	19	21	Wikipedia – collaborative encyclopedia	F O	
8 ↓ 1	7	11	13	Prezi – presentation software	F/P O	
9 ↓ 4	5	1	1	Twitter – micro-sharing site	F O	
10 ↓ 2	8	17	81	Kahoot – game-based classroom response system	F O	
11 ↑ 2	13	8	6	WordPress – blogging tool	F O/D	
12 ↑ 3	15	7	9	Facebook – social network	F O	
13 ↓ 7	6	6	7	Dropbox – file synching software	F/P O/D	
14 ↑ 3	17	21	83	WhatsApp – messaging app	F/P O	
15 ↑ 4	19	46	68	OneNote – personal information system	F O	
:	:	:	:	:	:	
17 ↓ 6	11	15	12	Moodle – learning management system	F/D	

Джерело: <http://c4lpt.co.uk/top100tools/>

Примітки: F – free (безкоштовно), P – paid for (за плату),

D = download (скачати), O = online (онлайн)

Виконання освітніх проєктів може забезпечуватися за допомогою таких інструментів Moodle, як форуми, чати та внутрішнє листування. Застосовувати можна також сучасні веб-інструменти. У доповіді розглядаються найпопулярніші з них, які представлені у наведеній вище таблиці.

Розглядаються підходи до організації співпраці учасників освітніх проектів на основі використання інструментів корпорації Google (Google Docs і Google apps) і ментальних карт (інтелект-карт або карт пам'яті).

Google Docs ([www.google.com/docs](http://www.google.com/docs)) – це безкоштовний мережевий офісний пакет, що включає текстовий і табличний редактор, службу розробки презентацій в онлайн і оффлайн режимах. Цей веб-інструмент, після заповнення реєстраційної форми, дозволяє редагувати певний текстовий документ учасникам групи, які мають до його файлів доступ.

Оскільки сервіс Google Docs забезпечує загальний доступ до документів, його можна використовувати в ДК як інструмент для підтримки колективної роботи в малих групах, а також реалізації методу “мозкового штурму”, учасники якого зможуть висловлювати свої ідеї та записувати їх в один файл.

За допомогою цього веб-інструменту можна створити презентацію та розмістити її на загальнодоступному сервісі Slideshare ([www.slideshare.net](http://www.slideshare.net)) з метою перегляду учасниками ДК. Для оцінки результатів виконаного проекту викладач, тьютор ДК, і студенти повинні створити шкалу оцінювання. На основі цієї шкали кожна команда (мала група в 3-5 чоловік), переглянувши презентації інших команд, може самостійно оцінювати роботу своїх колег, а після виконання всіх етапів, тьютор виставляє остаточні оцінки.

Google apps є “хмарним” інструментом, вся необхідна інформація зберігається десь у віртуальному просторі. Його можна успішно використовувати для організації навчання у співпраці, коли студентам не потрібно шукати інших засобів для роботи в малих групах.

Сподіваємося, що знайомство з нашим досвідом організації співпраці в електронному навчанні з використанням сучасних веб-інструментів дозволить іншим викладачам порівняти його зі своїми підходами до підвищення активності взаємодії учасників дистанційних курсів з метою виявлення та використання “кращих практик”.

#### **Список використаних джерел**

1. *Технологии дистанционного обучения* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dl.nw.ru/theories/technologies/content.html>.
2. *Distance Education for the Information Society: Policies, Pedagogy and Professional Development / Site The UNESCO Institute for Information Technologies in Education*. URL: <http://ru.iite.unesco.org/>.
3. *Сайт (блог) Джейн Харп, засновниці Центру навчання та ефективності технологій* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://c4lpt.co.uk/top100tools/>.
4. *Сайт Веб-центру Львівського торговельно-економічного університету* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://virt.lac.lviv.ua/>.

**Артишук І. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО АВТОМАТИЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ**

Сучасні умови господарювання в Україні характеризуються глобалізацією економіки та інформатизацією суспільства, зростанням значення сфери послуг для розвитку економіки країни. Зміни в споживчих перевагах українського суспільства, становлення нових ринків приводять до активізації розвитку послуг готельно-ресторанних господарств та туризму. Туризм та готельно-ресторанна сфера має значний потенціал для прогресу та робить вагомий внесок в економіку країни. Як прогнозує Всесвітня Туристична організація (WTO), розвиток туризму не буде зупинятися, а навпаки росте доволі високими темпами, зокрема зросте міжнародний туристичний рух, у результаті чого збільшиться і рівень доходу. І це закономірно, адже на туристичну галузь припадає 12 % світового внутрішнього продукту, більше ніж 11 % витрат споживачів, 5 % світового валового продукту, 7 % світових інвестицій, а також кожне 16-те робоче місце.

Проте сучасний стан розвитку туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні не відповідає наявному потенціалу туристичних ресурсів, низькою є її економічна ефективність. Однією з основних причин такого становища є в тому числі і недостатній рівень автоматизації бізнес-процесів, які відбуваються на цих підприємствах.

Проаналізуємо сучасні тенденції та основні комп'ютерні системи автоматизації підприємств туристичної та готельно-ресторанної сфери світу і України.

Системи інформаційних технологій, що використовуються в індустрії гостинності мають комплексний характер, складаються, як правило, з комп'ютерної системи бронювання, системи проведення телеконференцій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем авіаліній, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, глобальних комп'ютерні системи резервування, інтегрованих комунікаційних мереж, системи мультимедіа, смарт-карток.

Одним із основних напрямів розвитку готельно-ресторанного та туристичного бізнесу в Україні слід вважати широке впровадження інформаційних комп'ютерних технологій управління, сучасних систем бронювання, геоінформаційних та хмарних технологій на основі вивчення та застосування досвіду розвинених країн у цій області.

На ринку програмного забезпечення сьогодні є більше десятка систем автоматизації управління готелями. Вартість одного проекту оцінюється іноді в десятки тисяч доларів. У результаті готель при використанні систем автоматизації управління перетворюється на кероване підприємство, здатне до гнучкого реагування на зміни в ринковій ситуації, що робить вкладення коштів в технології цілком окупаються. На жаль, у багатьох холдингах і групах компаній в Україні поширена тільки "часткова" автоматизація, так як світова індустрія гостинності використовує все різноманіття інформаційних технологій. Останнім часом на розвиток туристичного бізнесу великий вплив мають Інтернет-технології. Найбільш ефективно використовують переваги Інтернету для реклами та надання туристичних послуг. Найпоширеніші інформаційні системи в туризмі та ГРС представлені на рис. 1.



Рис. 1. Інформаційні системи в туризмі та ГРС

Отже, сьогоднішній етап розвитку управління підприємствами туристичної та готельно-ресторанної сфери неможливий без вміння самостійно й оперативно приймати вірні рішення з урахуванням інноваційних процесів та новітніх тенденцій розвитку бізнесу, а також без обізнаності в питаннях використання сучасних інформаційних технологій. Саме їх використання на практиці забезпечує дотримання суб'єктами туристичної діяльності комплексу взаємодіючих і взаємодоповнюючих вимог, що формують якість та ефективність туристичних послуг.

Аналіз сучасного стану автоматизації діяльності підприємств туристичної та готельно-ресторанної сфери свідчить про те, що хоча Україна відстає від провідних розвинених країн світу в сфері впровадження інформаційних технологій і автоматизації управління, проте в той же час є великі перспективи подальшого розвитку в цьому напрямку, тому що на українському ринку є понад десятки високоякісних сучасних систем автоматизації управління готелями, причому деякі з них – це не адаптація зарубіжних систем, а оригінальні розробки українських компаній і тому найбільш пристосовані до умов України. Впровадження таких систем істотно підвищить конкурентоспроможність українських підприємств туристичної та готельно-ресторанної сфери.

#### **Список використаних джерел**

1. Вдовин В. М. Предметно-ориентированные экономические информационные системы: учеб. пос. / В. М. Вдовин, Л. Е. Суркова, А. А. Шурутов. – М. : Изд.-торг. корпорация "Даиков и Ко", 2009. – 388 с.
2. Информационные системы управления гостиничными комплексами [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.stroimhotel.ru/files/pdf/metodology/metod/02.pdf>
3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія і практика: підручник / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : ЦУЛ, 2010. – 472 с.

**Демчишин М. Я.**  
к.е.н., доцент,  
**Турченок О. В.**  
аспірант  
Львівський торговельно-економічний університет

## **МОДЕЛЮВАННЯ ДИНАМІКИ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УКРАЇНІ: РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ**

Дослідження показують, що українські банки загалом здійснюють значну кількість кредитних операцій, які становлять переважну частку банківських операцій.

Загалом в Україні банківське кредитування має як позитивні, так і негативні тенденції розвитку. На даному етапі економічного розвитку України, а також в сучасних умовах нестабільності у банківській системі країни, є досить актуальним вивчення наявної ситуації щодо кредитування в Україні у розрізі регіонів.

За період з 2011 по 2016 рр. частка наданих кредитів банками у регіонах України коливалася в основному від 0,6 % до 4,2% (рис. 1). Тільки для Дніпропетровської області ця частка у середньому становила 20,7%, для м. Київ та Київської обл. – 57,9 %.

Дослідження тенденції розвитку щодо банківського кредитування, відображеної темпами зростання або спаду надання банківських кредитів у 2011-2016 рр., дозволила виділити наступні групи регіонів України: з темпом спаду від 0,657 до 0,994 – Луганська, Чернівецька, Донецька, Чернігівська, Херсонська, Волинська, Івано-Франківська, Вінницька, Кіровоградська, Хмельницька, Рівненська, Одеська, Полтавська області, з темпом зростання від 1,02 до 1,097 – Сумська, Тернопільська, Житомирська, Черкаська, Львівська, Київська та м. Київ, Харківська області, з темпом зростання від 1,115 до 1,216 – Закарпатська, Запорізька, Дніпропетровська, Миколаївська області.

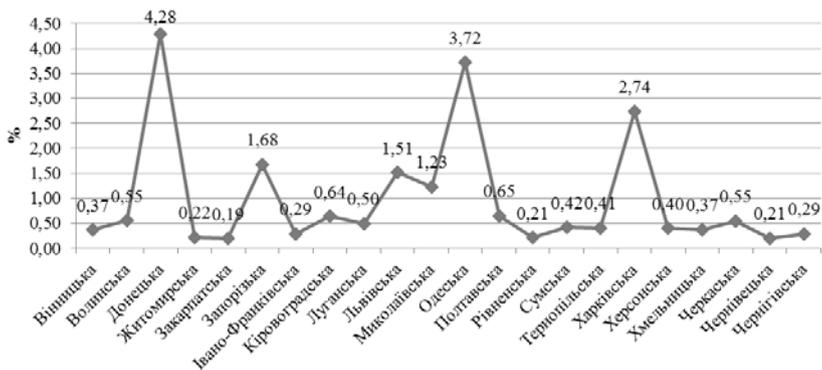


Рис. 1. Динаміка середньої частки кредитів, наданих банками України нефінансовим корпораціям, у розрізі регіонів, за даними 2011-2016 рр. (побудовано авторами за [1])

Виходячи з проведених досліджень, можна стверджувати що у першій групі регіонів не надається великої уваги банківському кредитуванню. Від’ємний темп розвитку вказує на відсутність зацікавлення, невмотивованість щодо надання банківських кредитів та високі ризики. Середній темп зростання у другій і третій групах регіонів відображає необхідність кредитування нефінансових корпорацій на сучасному етапі економічного розвитку.

#### Список використаних джерел

1. Сайт Національного банку України / : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>.

**Рехлецький С. А.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## ВИКОРИСТАННЯ ПАКЕТУ GOOGLE CLASSROOM ДЛЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

Весною цього року вже можна говорити про програмний продукт, що “відбувся”. Йдеться про Google Classroom. Це окрема “гілка” сучасного варіанту “G Suite для бізнесу”, який у свою чергу належить до чисельного сімейства Google Apps (Застосунки Google).

Google Classroom – це безкоштовна веб-служба, розроблена компанією Google для шкіл, яка спрощує створення, розподіл та оцінку завдань без використання паперу. Треба оговорити факт, що програмний продукт з бізнес пакету безкоштовний лише для державних учбових закладів. Як компанія Google це вирішує – Ваш домен 2 або 3 рівня має чітко вказувати на належність закладу до державних та освітянських, інакше треба документально це підтверджувати.

Основна мета Google Classroom полягає в спрощенні процесу обміну файлами між вчителями та студентами. Це було представлено як функція G Suite for Education, раніше 6 травня 2014 року, а потім у її загальнодоступному випуску 12 серпня 2014 року. У червні 2015 року компанія Google оприлюднила API Classroom і кнопку для веб-сайтів, що дозволяє шкільним адміністраторам і розробникам надалі співпрацювати з Google Classroom. У березні 2017 року Google відкрив Клас (Classroom), щоб дозволити будь-яким персональним користувачам Google приєднатися до класів без вимоги мати обліковий запис

G Suite for Education, а в квітні для будь-якого персонального користувача Google стало можливим створення та навчання у Класі.

Google Classroom зв'язує Google Диск, Документи Google, разом з Таблиці та Презентації для написання документів, Gmail для спілкування та Календар Google для планування, створення і розподілу завдань що допомагає навчальним закладам перейти до ведення безпаперової системи обліку. Пізніше Google Календар був інтегрований, щоб допомогти у призначенні зустрічі, індивідуальної роботи та доповідей. Студенти можуть бути запрошені приєднатися до класу через персональний код або через список, що автоматично імпортується з шкільного домену. Кожен клас створює окрему папку на відповідному Диску користувача, де студент може здати роботу, призначену викладачем. Мобільні додатки, доступні для пристроїв iOS і Android, дозволяють користувачам фотографувати та прикріплювати до завдань, надсилати файли з інших додатків та отримувати доступ до інформації в автономному режимі. Викладачі можуть стежити за прогресом для кожного студента, і після того, як вони оцінюються, вчителі можуть повернути роботу з коментарями.

Мобільні додатки Google Classroom, введені в січні 2015 року, доступні для пристроїв iOS та Android. Користувачі можуть прикріплювати фотографії (з телефонів) до завдань, обмінюватися файлами з інших додатків та підтримувати офлайн-доступ. Приєднанні документи зберігаються та мають програми для обробки з набору додатків у Хмарі. Доступ до класу можна отримати в Інтернеті (з ПК) або через мобільні додатки Android і iOS Classroom, тобто незалежно від пристрою та програмного забезпечення, що підвищує продуктивність співпраці між вчителем і студентом, або між студентами.

Google Клас підтримує різні схеми оцінювання. Вчителі можуть обрати файл, який потім можна розглядати як шаблон, аби кожен учень міг відредагувати власну копію, таким чином створюючи індивідуальні напрямки для завдань студента. Студенти можуть створювати файли, а потім прикріплювати їх для перевірки, якщо копія файлу не була створена учителем. Викладачі мають можливість стежити за прогресом кожного студента у завданні і коментувати та редагувати їх. Вказані завдання можуть бути оцінені вчителем і повернуті з коментарями, для доробки. Після оцінювання, оцінки можуть бути змінені тільки вчителем.

Викладачами можуть бути опубліковані Оголошення на “дошці” оголошень для класів, яке може бути прокоментовано студентами, що дозволяє двосторонньому спілкуванню між вчителем та учнями. Студенти можуть також опублікувати на дошці класу, але з меншим пріоритетом від оголошень викладача, і їх можна модерувати. Для завдань чи оголошень можна використовувати будь-які інші хмарні додатки, наприклад відеоролики Youtube або відеозв'язок Duo. Вчителі, які адмініструють кількома класами, можуть повторно використовувати існуючі оголошення, завдання або питання з іншого класу. Викладачі також можуть поширювати публікації по кількох класах і архівувати нароби для майбутніх класів. Робота студентів, завдання, питання, класи, коментарі можуть бути організовані за одним або всіма класами або відсортовані за певним критерієм.

Classroom дозволяє інструкторам архівувати курси наприкінці терміну або року. Коли курс архівується, він видаляється з домашньої сторінки та розміщується в зоні архівних класів, щоб допомогти вчителям зберегти свої поточні нароби. Коли курс архівований, вчителі та студенти можуть переглядати їх, але не зможуть вносити жодних змін до його відновлення.

На відміну від персональних послуг Google, Google Classroom як частина програми G Suite для освіти не відображає жодної реклами в інтерфейсі для студентів, викладачів та вчителів, а користувачські дані не скануються або не використовуються для рекламних цілей.

Google Classroom критикували за збирання даних в рекламних цілях, але насьогодні це корисний, надійний та безкоштовний спосіб організації учбового процесу.

## УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЮ ТОРГІВЛЕЮ ТОВАРАМИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНИМИ МЕТОДАМИ

Для повного аналізу зовнішньої торгівлі України важливо розглянути зовнішню торгівлю її регіонів. У силу різних вихідних економічних умов, можливості регіонів у зовнішній торгівлі є відмінними. Так, на основі даних Державної служби статистики України, основними експортними товарами України у 2017 році були чорні метали, частка яких у загальній структурі експорту товарів становила 20,0%, та зернові культури з часткою 15,0%. У структурі виплавки сталі провідні місця займали Дніпропетровська (53,0%), Запорізька (38,6%) і Донецька (7,9%) області. Розподіл реалізації зернових культур за регіонами України був більш рівномірним. Жодна область не мала частки більшої за 9%, а найбільшу частку складала Чернігівська та Полтавська області по 8,9%. Зрозуміло, що Дніпропетровська і Запорізька області мали більший експортний потенціал у порівнянні з іншими.

Для проведеного дослідження використано дані по регіональних обсягах зовнішньої торгівлі України за 2015-2017 рр. по всіх областях України за винятком тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, міста Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. Ці дані взято з офіційного сайту Державної служби статистики України.

Для кожного з трьох досліджуваних показників, а саме експорту товарів з України, імпорту товарів в Україну та сальдо зовнішньої торгівлі товарами регіонів, області України розбито на чотири групи. До першої відносяться області, середньорічне значення відповідного показника яких не перевищують першого квартиля даного показника, до другої – знаходяться між першим квартилем і медіаною, до третьої – між медіаною та третім квартилем і до четвертої відносяться області, для яких середньорічне значення є більшим від третього квартиля. Окремо досліджується динаміка зовнішньої торгівлі міста Києва, середньорічна частка якої за 2015-2017 рр. становить 23,0% від загального середньорічного експорту товарів регіонів України та 39,9% – від імпорту. Розподіл областей на групи наведено в наступній таблиці.

*Таблиця 1*

**Розподіл областей України за середньорічними значеннями показників зовнішньої торгівлі товарами за 2015-2017 рр.**

Група	Експорт	Імпорт	Сальдо
I	Луганська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Хмельницька, Чернівецька	Кіровоградська, Рівненська, Тернопільська, Херсонська, Черкаська, Чернівецька	Волинська, Київська, Луганська, Львівська, Тернопільська, Харківська
II	Житомирська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Сумська, Черкаська, Чернігівська	Вінницька, Житомирська, Івано-Франківська, Луганська, Хмельницька, Чернігівська	Закарпатська, Івано-Франківська, Рівненська, Херсонська, Хмельницька, Чернівецька
III	Вінницька, Волинська, Закарпатська, Львівська, Полтавська, Харківська	Волинська, Закарпатська, Запорізька, Миколаївська, Полтавська, Сумська	Житомирська, Кіровоградська, Одеська, Сумська, Черкаська, Чернігівська
IV	Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Київська, Миколаївська, Одеська	Дніпропетровська, Донецька, Київська, Львівська, Одеська, Харківська	Вінницька, Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Миколаївська, Полтавська

Порівнювати абсолютні показники динаміки досліджуваних показників зовнішньої торгівлі товарами для кожної групи не зовсім коректно в силу значної різниці між груповими середніми величинами. Більш доречними у даному випадку є відносні показники, зокрема темп зростання. Так, середньорічний темп зростання експорту товарів з України у 2015-2017 рр. для першої групи областей становить 1,07, для другої – 1,13, для третьої – 1,10, для четвертої – 1,05 і для Києва значення середньорічного темпу зростання дорівнює 1,06. Це означає, що середньорічний експорт товарів протягом досліджуваного періоду зростає для всіх груп областей і міста Києва, причому для першої групи на 7%, другої – на 13%, третьої – на 10%, четвертої – на 5% і Києва – на 6%. Таким чином, щоб не поглиблювати розриви між експортом товарів першої та інших груп, необхідно збільшити темп зростання експорту товарів з Луганської, Рівненської, Тернопільської, Херсонської, Хмельницької та Чернівецької областей. Причому, якщо для Луганської області на даний час це зробити складно в силу проведення на її частині антитерористичної операції, то іншим областям потрібно проводити більш активну роботу по виходу їхньої продукції на закордонні ринки.

Для більш детального аналізу використано динамічні моделі, побудовані на основі щомісячних вихідних даних досліджуваних показників.

**Костенко А. В.**  
к.ф.-м.н., доцент,  
**Недобос М. М.**  
студент

Львівський торговельно-економічний університет

## **РЕАЛІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ “РОЗКЛАД ЗАНЬ” ЗАСОБАМИ ВЕБ-ТЕХНОЛОГІЙ**

Однією з особливостей сучасного навчального процесу є стрімке зростання обсягів використання інформаційних ресурсів Інтернет. Найчастіше ці ресурси студенти використовують у наступних випадках:

1. Доступ до навчального матеріалу (тексти/конспекти лекцій, плани практичних та семінарських занять, завдання з лабораторних робіт й інші матеріали, які пов’язані з темою тієї чи іншої навчальної дисципліни).

2. Отримання інформації про організацію навчального процесу (розклади проведення занять та консультацій, наявність вільних аудиторій для самостійної роботи, можливість визначення місця та часу перебування певного викладача в аудиторії з метою отримання додаткової консультації).

Слід зазначити, що навчальні матеріали студент може отримати як із сайту свого вишу, так і зі сайтів інших навчальних закладів або тематичних сайтів, а от інформація про організацію навчального процесу стає доступною лише при реалізації такої можливості на сайті ВНЗ, у якому навчається студент.

Аналіз сайтів ВНЗ показав, що багато з них тією чи іншою мірою надають таку інформацію. До сайтів із добре організованим доступом до інформації про заняття слід віднести, наприклад, сайти таких ВНЗ: Національний технічний університет України “Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського” [0], Львівський Національний університет “Львівська політехніка” [0], Полтавський університет економіки та торгівлі [0]. Але багато українських вишів мають на сайтах лише розклади занять, та й ті у текстових форматах, що набагато ускладнює вибір із наявної інформації про навчальний процес потрібної для користувача.

Для удосконалення сайту ЛТЕУ ректорат поставив перед нами завдання створити інформаційну систему “Розклад занять”.

На даний момент нами реалізовано пілотний проєкт “Розклад занять факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій”.

При здійсненні пілотного проєкту нами:

1. Структуризовано та реалізовано у середовищі MySQL базу даних “Розклад занять”.
2. Засобами PHP та Javascript із використанням підходу AJAX розроблено та реалізовано Web-застосування:

- a. TimetableEdit – наповнення та редагування інформації у базі даних “Розклад занять”;

- b. Timetable – відображення на Web-сторінці розкладу за обраними користувачем критеріями.

Застосування TimetableEdit унеможливило:

1. Використання тієї самої аудиторії для двох різних академічних груп.
2. Призначення одній академічній групі одночасно двох різних занять.
3. Скерування викладача на два різних заняття одночасно.
4. Призначення проведення пари в аудиторії, у якій кількість місць є меншою за кількість студентів у групі.

Застосування Timetable дозволяє:

1. Переглянути розклад для вказаної користувачем групи.
2. Вивести розклад аудиторної роботи викладача, обраного користувачем.
3. Отримати перелік вільних аудиторій у вказані користувачем день тижня та номер пари.

Тестування пілотного проєкту проведено при реалізації розкладу занять факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій на другий семестр 2017-2018 навчального року.

#### **Список використаних джерел**

1. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://rozklad.kpi.ua/Schedules/ScheduleGroupSelection.aspx>.
2. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://schedule.puet.edu.ua/>.
3. Електронний ресурс. – Режим доступу : <http://www.lp.edu.ua/rozklad-dlya-studentiv>.

**Кісілевич О. В.**

к.ф.-м.н., доцент,

**Новосад З. Г.**

к.ф.-м.н., доцент,

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОЦІНКА РИЗИКІВ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ**

Сучасний стан розвитку економіки свідчить про низьку інвестиційну активність суб'єктів господарювання, та, як наслідок, відсутність можливості стабільного розвитку економіки. Реалізація інвестиційних проєктів потребує залучення значного обсягу фінансових ресурсів з високим рівнем інвестиційних ризиків. Наявність фактора невизначеності при оцінці різноманітних тверджень обумовлює високий рівень інформаційного ризику для користувачів інформації, пов'язаної з інвестиційними проєктами.

Високий рівень ризику є однією з характерних ознак інноваційних процесів підприємств енергетичної промисловості. Під час здійснення інноваційної діяльності підприємства (на кожному її етапі при розробленні, впровадженні та використанні нововведень) існує ймовірність виникнення несприятливої ситуації або відхилення реального результату від запланованого, що може спричинити незаплановані збитки, котрі виникають при вкладенні підприємством коштів у виробництво нових товарів або надання послуг, у розроблення нової техніки і технології, при вкладенні коштів у розроблення управлінських інновацій, які не дадуть бажаного ефекту. Даний процес і є інноваційним ризиком [2].

Високий рівень ризику в інноваційній діяльності підприємств енергетичної промисловості пояснюється тим, що інноваційні рішення, з одного боку, потребують значного фінансування, а з іншого – не всі інновації приносять очікуваний економічний ефект підприємству.

Надзвичайно важливо окремо досліджувати ризик мікросередовища підприємств енергетичної промисловості, величина якого визначається особливостями організації управління та функціонування підприємства. Зокрема, до чинників впливу на ризики інноваційної діяльності підприємств енергетичної промисловості можна віднести фінансове забезпечення, наявне виробниче устаткування, техніко-технологічний стан підприємства, виробничі площі, кваліфікація персоналу, його наукове та інформаційне забезпечення тощо. Варто зауважити, що для оцінки інноваційних ризиків на підприємстві можна використовувати насамперед власний досвід щодо аналогічних подій у минулому у сфері реалізації подібних інноваційних проєктів. Також можливим є залучення зовнішніх консультантів, а також побудова різноманітних моделей, їх розроблення та апробація у реальних чи віртуальних умовах. Досить поширеними у сфері кількісної оцінки ймовірності виникнення ризиків, а також оцінки наслідків їх впливу на результати реалізації інноваційних проєктів є статистичні та математичні методи, а також різноманітні програмні продукти аналізу ринку [1].

Публічне акціонерне товариство “Львівобленерго” (ПАТ “Львівобленерго”) – компанія, що здійснює постачання електричної енергії за регульованим тарифом споживачам Львівської області та передачу електричної енергії місцевими (локальними) електромережами. Забезпечує електроенергією 952 235 споживачів Львівської області. Відпуск електроенергії в мережу товариства становить 4 790,5 млн кВт/год. Виробничі потужності становлять 4 945 МВт, довжина ліній електропередач всіх напруг 40 111 км.

Міжнародним економічним рейтингом “Ліга кращих” визнано ПАТ “Львівобленерго” як “Підприємство року” на підставі звітності до Державних органів статистики України. Товариство посіло третє місце в масштабах України серед великих підприємств (кількість працівників від 250 осіб) за напрямом “Розподілення та постачання електроенергії”.

Для того, щоб знизити загальний ризик на ВАТ “Львівобленерго”, підприємству необхідно вдосконалювати свою виробничу базу, систему матеріально-технічного забезпечення, поліпшувати наукове та інформаційне забезпечення, підвищувати кваліфікацію та рівень освоєння технологій персоналом. У цьому аспекті кожна успішно реалізована інновація розширює можливості підприємства, пристосовуючись порівняно з конкурентами до змін зовнішнього середовища.

Важливим завданням процесу мінімізації негативних наслідків інноваційних ризиків є визначення способів реагування на виявлені та оцінені ризики. У результаті проведених досліджень формується інвестиційна політика, на основі якої приймаються відповідні інвестиційні рішення та рекомендації. Це є обґрунтуванням вибору інноваційних проєктів та формуванням бюджету капіталовкладень і має на меті не тільки отримання максимальних прибутків, а й зниження інноваційного ризику.

#### *Список використаних джерел*

1. Родіонова І. В. Оцінка інноваційних ризиків на підприємствах легкої промисловості – Механізм регулювання економіки. Випуск 4, 2012. – С. 204-209.
2. Кузьмін О. С. Управління ризиками в інноваційній діяльності: навч. посібник / О. С. Кузьмін, Н. Ю. Подольчак, Н. І. Подольчак, Л. Г. Вербицька; 2-ге вид. [перероб. і доп.]. – Львів : Львівська політехніка, 2012. – 240 с.

## **ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РІЕЛТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ШЛЯХИ ЙОГО ПОКРАЩЕННЯ**

Ріелторська діяльність – це діяльність, що надається юридичними особами різноманітних форм власності (ріелторськими фірмами, агентствами нерухомості) та ріелторами-громадянами (приватними підприємцями) на основі договору із зацікавленою особою, із здійснення від її імені та за її рахунок або від свого імені, але за рахунок і в інтересах зацікавленої особи цивільно-правових правочинів щодо об'єктів нерухомості та прав на них. Ріелторська діяльність пов'язана із здійсненням операцій з нерухомим майном. До таких операцій належать: торгівля нерухомим майном; посередницька діяльність, пов'язана з нерухомим майном; інформаційно-консультативна діяльність.

Основними видами діяльності ріелторських фірм є пошук покупців і продавців та зведення їх разом; оформлення договорів купівлі-продажу, дарування, обміну нерухомості; здавання в оренду помешкань за дорученням їх власників та ін.

Надання інформаційних послуг є також розповсюдженим видом діяльності ріелторів. Сутність цих послуг полягає у зборі інформації про попит та пропозицію на ринку нерухомості і наданні клієнту інформації про можливі варіанти угоди. Консультаційна діяльність ріелторських фірм полягає у наданні клієнтам різного роду консультацій із питань, які так чи інакше мають відношення до об'єктів нерухомості – юридичних, технічних, економічних.

Окрім основної діяльності посередника на ринку нерухомості, ріелторських та консалтингових послуг, ріелторські фірми можуть виконувати допоміжні послуги щодо оформлення документів, приватизації житла, страхування, отримання необхідних довідок в державних інстанціях, кредитування тощо.

Аналіз роботи ріелторських фірм дозволяє виділити такі типові бізнес-процеси у їхній діяльності:

- облік первинних звернень потенційних клієнтів (покупців, продавців, орендодавців і орендарів) і організація роботи з ними відповідно до внутрішніх процедур компанії;
- облік і зберігання всіх даних про виставлений на продаж або здавання в оренду об'єкт нерухомості;
- облік і зберігання всіх вимог клієнта-покупця до купованої чи орендованої нерухомості;
- підбір об'єктів нерухомості з бази компанії відповідно до вимог клієнта;
- облік даних про партнерів компанії (банків, забудовників, рекламних агентств, ЗМІ і так далі) і їх співробітників;
- планування взаємодій з клієнтами і партнерами агентства;
- ведення фото- та відео-банку об'єктів нерухомості, зберігання всіх електронних копій документів про об'єкти і операції в єдиній інформаційній системі;
- друк всіх документів безпосередньо з інформаційної системи (договорів, актів, оглядових ордерів, листів, анкет, комерційних пропозицій і так далі);
- контроль комплектності документів про об'єкти нерухомості, фіксація наданих клієнтові документів;
- формування управлінської та бухгалтерської звітності.

Кожен з перелічених бізнес-процесів вимагає значного за обсягом та різноманітного за галузями знань інформаційного забезпечення. Так, облік відомостей лише про виставлений на продаж об'єкт житлової нерухомості даних вимагає зберігання даних про місце розташування нерухомості і його характеристику (район, адреса, оточення, екологія); розміри (кількість кімнат, загальна та житлова площа, площа кухні, кімнат, передпокою, висота стель), параметри (поверх, тип розташування кімнат, наявність балкона, лоджії, тип

санвузла, наявність підсобних приміщень, телефону, матеріал підлог, тип вікон), стан квартири (потребує ремонту, проведений ремонт, євроремонт, реконструкція); параметри будинку (тип і поверховість будівлі, рік побудови, стан будівлі, матеріал стін та перекриттів, наявність ліфта, сміттєпроводу, домофону, охорони, двору, автопарковки, тощо), юридичний статус (форма власності, власник, історія зміни власника, перебування в іпотеці, під арештом, зареєстровані, проживають без реєстрації); параметри угоди (ціна пропозиції власника, ціна пропозиції фірми, дата угоди, ціна продажу, ціна покупки, валюта, курс валюти на дату операції, інше).

З огляду на основні завдання ріелторської фірми (агентства нерухомості) у системі її інформаційного забезпечення можна виділити три підсистеми:

- інформаційне забезпечення операцій з нерухомістю (прийняття, зберігання і обробка на фірмі звернень на продаж, купівлю або оренду об'єктів нерухомості, вимог до неї, облік об'єктів нерухомості, участь у міжфірмовому і міжрегіональному обміні т. і.);
- інформаційне забезпечення технології ріелторської діяльності (прийняття, зберігання і використання правової, технічної та іншої інформації, що необхідна ріелторам);
- інформаційне і методичне забезпечення дослідження ринку нерухомості (моніторинг, аналіз стану і прогнозування тенденцій розвитку ринку).

Для формування і успішного використання цих підсистем необхідне активне впровадження в діяльність ріелторських фірм сучасних інформаційних технологій. Перша система вимагає використання баз даних з нерухомості та спеціалізованих програмних засобів – ріелторських інформаційних систем (РІС) та систем мультимедіа. Друга система у значній ступені реалізується використанням Інтернету. Дослідження (аналіз) ринку нерухомості являє собою самостійний вид діяльності, ціллю якого є забезпечення об'єктивною інформацією осіб, які приймають рішення про проведення тих чи інших операцій на ринку.

**Хмілярчук Л. І.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ МАКРОСІВ У MS EXCEL ДЛЯ КОНТРОЛЮ УСПІШНОСТІ СТУДЕНТІВ**

Компетентісна модель освіти передбачає подальше вдосконалення навчального процесу, в тому числі з використанням Інтернет технологій. Однією з головних компонент модернізації процесу навчання є комплексна перевірка отриманих знань, навичок і компетенцій студента і вміння їх застосовувати для вирішення поставлених завдань. Для контролю успішності та відвідування занять студентами викладачу зручно користуватися електронним журналом.

Розробка електронного журналу найбільш просто і органічно вирішується за допомогою таблиць Excel і застосування програмних скриптів, написаних мовою програмування Visual Basic for Applications (VBA), інтегрованого в середовище розробки Excel-додатків [0].

Табличний процесор MS Excel (електронні таблиці) – один із найбільш часто використовуваних додатків пакета MS Office, найпотужніший інструмент в умілих руках, який значно спрощує рутинну повсякденну роботу. Основне призначення MS Excel – розв'язання практично будь-яких завдань розрахункового характеру, вхідні дані яких можна представити у вигляді таблиць. Застосування електронних таблиць спрощує роботу з даними і дозволяє отримувати результати без програмування розрахунків. У поєднанні ж із мовою програмування Visual Basic for Application (VBA), табличний процесор MS Excel набуває

універсального характеру і дозволяє вирішити взагалі будь-яке завдання, незалежно від його характеру

VBA – проста мова програмування, з допомогою якої можна задавати Excel команди, що робити з колонками, рядками, значеннями в комірках, переміщати / додавати / сортувати аркуші книги, виводити заздалегідь запрограмовані повідомлення, писати свої формули й функції і т.д. Суть мови полягає в оперуванні об'єктами (що відносить її до об'єктно-орієнтованого програмування).

Щоб працювати з VBA кодом, потрібен редактор, який уже встановлений і за замовчуванням. Його можна викликати, натиснувши комбінацію клавіш “ALT + F11”.

Електронний журнал успішності дозволить легко відзначити відвідування, активність, відстежувати відстаючих і заохочувати активних студентів. Використовуючи математичні функції Excel, можна підрахувати загальну суму балів або середнє значення по кожному студенту.

Основними полями такого журналу для кожного студента можуть бути оцінка відвідуваності, виконання домашніх завдань, лабораторних та курсових робіт, атестації в системі дистанційного навчання та інших складових навчального процесу.

Структура аркуша Excel для кожної групи включає, крім основної таблиці за обліковим складом групи, допоміжні таблиці, наприклад, таблицю відповідності балів і оцінок у національній та ECTS системах. Такий підхід дозволяє мати наочне відображення основних параметрів системи бально-рейтингової системи і одночасно при необхідності оперативно змінювати ці параметри, не перебудовуючи структури програми.

Крім того, розроблену програму аналізу даних можна використовувати для оцінювання студентів різних груп із різних предметів.

За допомогою мови VBA створюються програми (макроси), які допомагають автоматизувати рутинні повторювану роботу в Microsoft Excel.

Отже, викладач просто додає прізвища, завдання та оцінки студентів. Додаток Excel сам розрахує загальну кількість балів, відсотки та літерні оцінки.

Викладач може додатково організувати в журналі можливість виставляти студентові залік автоматично: якщо студент набирає максимальний середній бал по групі за семестр, він отримує залік. Для цього можна, наприклад, створити стовпець ПІДСУМОК, де для кожного студента визначається сумарний бал, який порівнюється з максимальним середнім балом по групі (рис.1).

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S		
1	Група КН-1	Завдання1	Завдання2	Завдання3	Завдання4	Завдання5	Завдання6	Завдання7	Завдання8	Завдання9	Завдання10	Завдання11	Завдання12	Завдання13	Завдання14	Загальне за курс (Бали)	Тести	Підсумок за оцінку		
2	Максимальний бал	2,00	2,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	5,0	86,00	15	100,00	
3	Абрагачович Марко Юрійович	-	-	6,00	6,00	6,00	6,00	4,00	4,00	8,00	5,00	-	-	8,00	4,3	55,25	8	63,25		
4	Баняк Максим Ігорович	-	-	6,00	6,00	6,00	6,00	4,00	6,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	3,0	77,00	0	77,00		
5	Бар Святослав Богданович	1,00	3,00	6,00	6,00	6,00	4,00	3,00	4,00	7,00	8,00	-	-	8,00	4,3	63,33	7	92,00		
6	Бернандей Юрій Вікторович	-	-	8,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	4,0	80,00	13	80,00		
7	Білицький Аркадій Андрійович	-	2,00	6,00	-	6,00	6,00	4,00	8,00	5,00	8,00	8,00	8,00	8,00	4,3	71,33	10	81,33		
8	Брик Юліан Вікторович	-	-	8,00	-	3,00	6,00	3,00	3,00	8,00	4,00	4,00	5,00	8,00	4,0	54,00	6	60,00		
9	Карпель Кирил Вікторович	-	-	3,00	6,00	3,00	6,00	-	3,00	3,00	7,00	-	-	8,00	6,00	6,00	3,7	56,67	5	61,67
10	Круглов Олег Михайлович	-	-	6,00	6,00	3,00	2,00	6,00	6,00	3,00	-	-	-	-	-	4,3	36,33	0	36,33	
11	Литовський Сергій Вікторович	-	3,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	3,7	82,67	6	88,67		
12	Логин Іван Володимирович	-	-	6,00	6,00	6,00	5,00	3,00	5,00	-	6,00	7,50	8,00	8,00	4,3	64,83	8	72,83		
13	Надь Габриєла Олександрівна	-	3,00	6,00	6,00	4,00	6,00	6,00	7,00	8,00	8,00	8,00	8,00	7,00	4,5	79,50	12	91,50		
14	Нетреба Андрій Олександрович	-	-	3,00	6,00	3,00	4,50	1,00	6,00	9,00	4,00	7,00	8,00	8,00	4,3	54,83	7	61,83		
15	Нова Руслан Юрійович	3,00	3,00	3,00	6,00	1,50	4,00	6,00	8,00	8,00	4,00	-	-	-	8,00	4,2	56,67	13	69,67	
16	Павлов Віталій Валентинович	3,00	3,00	6,00	-	1,50	-	-	-	3,00	-	-	-	-	8,00	4,7	29,17	12	41,17	
17	Результат Максимальний	-	-	6,00	-	6,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7,60	-	7,60		

Рис. 1. Приклад електронного журналу успішності студентів

Електронний журнал успішності студентів – найкращий спосіб вирішення щоденних питань, пов'язаних із навчальним процесом, як для викладачів, так і для студентів. Мета електронного журналу – сприяти своєчасному виявленню навчальних та інших проблем студентів групи; їхньої ліквідації за допомогою цілеспрямованих дій; прогнозування подальшої діяльності викладача та студента.

#### Список використаних джерел

1. Буллен С. EXCEL і VBA. Професійна розробка додатків / Стивен Буллен, Роб Боув, Джон Грін. – М.: Вільямс, 2007. – 736 с.

**Крутяк М. Б.**

асистент

Львівський торговельно-економічний університет

## ВИКОРИСТАННЯ ПАКЕТУ MAPLE ДЛЯ РОЗВ'ЯЗУВАННЯ ЗАДАЧ З ДИСКРЕТНОЇ МАТЕМАТИКИ

При вивченні дискретної математики ефективним є використання інформаційних технологій, зокрема, систем комп'ютерної математики (СКМ).

Серед задач з дискретної математики є такі, в яких побачити алгоритм їх розв'язування досить важко. До них можна віднести, наприклад, більшість комбінаторних задач та деякі задачі теорії графів, в процесі розв'язування яких можна лише за допомогою комп'ютера виконувати деякі складні або громіздкі обчислення. До другого класу задач відносять задачі на використання заздалегідь розроблених алгоритмів, наприклад, оптимізаційні задачі на графах. Розв'язування таких задач здійснюється за допомогою відповідних програмних засобів. Використання СКМ для розв'язування задач дискретної математики не виключає використання традиційних методів, а робить їх більш ефективними та доступними.

До теперішнього часу розроблено кілька ефективних комп'ютерних математичних систем, які створені з метою максимального спрощення для користувача комп'ютерної реалізації алгоритмів і методів рішення досить складних завдань, не вдаючись у тонкощі програмування. Їх використання надає можливість проводити чисельні обчислення, виконувати складні аналітичні перетворення математичних виразів, розв'язувати рівняння, знаходити похідні та інтеграли, обчислювати границі, будувати графіки функцій, графи, розв'язувати досить широкий спектр задач.

Використання СКМ для задач дискретної математики розглянемо на прикладах задач на графах. Для розв'язування задач, об'єктами яких є графи, ці пакети просто незамінні.

Основні алгоритмічні задачі на графах: знаходження найкоротшого шляху в орграфі; визначення максимального (мінімального) потоку в мережі; топологічне сортування мереж; визначення найбільшого паросполучення в дводольному графі; задача про призначення; знаходження остову найменшої ваги; знаходження Гамільтонових циклів; задача комівояжера. Розв'язування означених задач можна здійснити із залученням різних програмних засобів. Пропонується використовувати пакет Maple, зважаючи на його професійну спрямованість і значні графічні можливості. Правила користування Maple дуже прості, а можливості великі. Середовище Maple містить великий набір функцій для роботи з графами, спеціалізований інструментарій для розв'язання алгоритмічних задач на графах. В системі Maple є два спеціалізовані пакети дискретної математики, які містять оператори теорії графів **networks** і **GraphTheory**. Maple також володіє вбудованою мовою програмування, яка дає змогу запрограмувати розв'язання складних задач.

Технологія розв'язку алгоритмічних задач на графах в MAPLE зводиться до таких етапів: створення порожнього графу; реалізація алгоритму за допомогою вбудованих функцій пакетів та алгоритмічних операторів MAPLE; виведення числового та графічного результату розв'язку.

Проілюструємо застосування пакету **networks** для вирішення завдань теорії графів. Команда підключення цієї бібліотеки стандартна, тобто достатньо скористатися оператором **with**. Граф у Maple подається особливою процедурою типу **GRAPH**.

Для роботи з графами можна скористатися будь-якою із функцій, які знаходяться в бібліотеці **networks**. Ось деякі з них: **new()** – створення порожнього графа, **draw()** – створення рисунка графа, **addvertex()** – додавання в граф вершин, **complete()** – створення повного графа, **delete()** – видалення із графа ребра або вершини, **shortpathtree()** – знаходження найкоротших шляхів у графі, **ends()** – виведення списку всіх ребер графа через задання початкової і кінцевої вершини ребра, **adjacency()** – обчислення матриці суміжності та ін. На рис. 1 показано використання функцій для створення та перетворення графів.

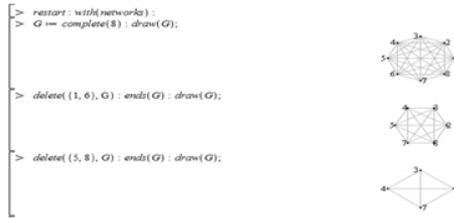


Рис. 1.

Наведені приклади далеко не вичерпують всіх завдань, які можна вирішувати із застосуванням графів. Але вони наочно демонструють, що для більшості користувачів пакет **networks** перетворює важкозрозумілі графи в простий робочий інструмент.

Для прикладу розглянемо задачу про пошук виходу з лабіринту. Подібна ситуація виникає, наприклад, при блуканні в печерах або катакомбах. Тут маємо зв'язний граф, який представляє схему лабіринту і поставлено завдання про знаходження шляху, що з'єднує дві задані вершини графа.

На рис. 2 наведено розв'язок задачі з використанням функцій пакета. На першому кроці будується граф **L**, який відповідає схемі лабіринту. Далі використано функцію із пакета **network** пошуку найкоротшого шляху в графі – **shortpathtree(L, 1)**.

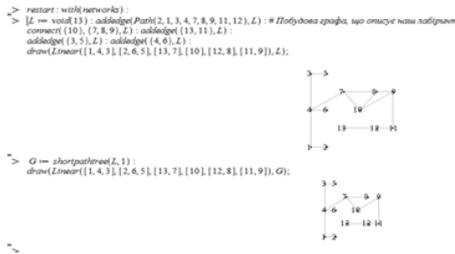


Рис. 2.

З другого графа добре видно, що в центр лабіринту можна потрапити, слідуючи за наступними вершинами: 1 – 4 – 7 – 10 – 9 – 11 – 12 – 13, і, відповідно, вийти з центру лабіринту за маршрутом: 13 – 12 – 11 – 9 – 10 – 7 – 4 – 1.

Більш поширеним для цієї задачі методом є алгоритм Дейкстри В системі Maple в пакеті **GraphTheory**, є оператор **DijkstrasAlgorithm**, який реалізує цей алгоритм. По суті тут також розв'язується задача про прохід об'єкта по лабіринту найкоротшим шляхом. Для доведення задачі до алгоритму Дейкстри потрібно спочатку побудувати граф вершин і ребер. Для роботи оператора **DijkstrasAlgorithm** параметрами необхідно задати граф, початкову та кінцеву точки.

## СЕКЦІЯ 13 “ПРИРОДНИЧІ НАУКИ ТА ЗАХИСТ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА”

**Коструба А. М.**  
д.ф.-м.н., професор,  
**Скоробогатий Я. П.**  
к.х.н., професор

Львівівський торговельно-економічний університет

### **ОПТИМІЗАЦІЯ УМОВ ЕЛІПСОМЕТРИЧНОГО ЕКСПЕРИМЕНТУ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ПАРАМЕТРІВ УЛЬТРАТОНКИХ ПЛІВКОВИХ СТРУКТУР ВІСМУТ ОКСИГАЛОГЕНІДІВ ДЛЯ ФОТОКАТАЛІТИЧНОГО РОЗЩЕПЛЕННЯ ВОДИ. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ У ВІДНОВЛЮВАНІЙ ЕНЕРГЕТИЦІ**

З 1990-х років технологіям фотокаталізу приділяється дедалі більше уваги, оскільки вони дозволяють перетворювати сонячну енергію в хімічну, вирішити проблеми нестачі енергії, та забруднення навколишнього середовища: виробляти водень шляхом фотокаталітичного розщеплення води, перетворення вуглекислого газу у вуглеводневе паливо або розкладати органічні забруднювачі реакціями фотокаталітичної деградації.

З бурхливим розвитком нанотехнологій створення нових фотокаталізаторів з наноструктурними особливостями стає одним з найважливіших напрямків досліджень. У цій галузі значна увага приділяється так званим двомірним (2D) наноматеріалам через їхнє важливе теоретичне значення та широкі перспективи застосування. 2D наноматеріал має товщину сумірну з атомними або молекулярними розмірами та практично нескінченну в такому масштабі площу поверхні, що не тільки може підвищити внутрішню продуктивність каталізатора, але також може привести до нових властивостей, які не існують у відповідних об'ємних матеріалах. Крім того, 2D наноматеріал поєднує мікроструктуру матеріалу з продуктивністю пристрою, тому він дійсно може досягти максимально ефективного використання властивостей матеріалу та мінімізації розмірів пристрою. Найвідомішим представником 2D наноматеріалів є графен. Оксигалогеніди вісмуту ( $\text{BiOX}$ ,  $X = \text{F}, \text{Cl}, \text{Br}$  та  $\text{I}$ ) також належать до цього специфічного типу матеріалів.

Останніми роками повідомлялося про інтенсивні спроби спрямовані на покращення фотокаталітичної активності каталізатора  $\text{BiOI}$  з використанням таких стратегій, як структурне проектування матеріалів, декорування їх за допомогою благородних металів, використання легуючих елементних домішок, конструювання гетероструктур. В [1] повідомлялося про виготовлення ультратонких плівок  $\text{BiOI}$ , що складаються з симетричних наночарів  $\text{BiOI}$  з домінуючими гранями (001). Дослідниками було експериментально продемонстровано, що такі плівки володіють кращою фотокаталітичною активністю, довговічністю та селективністю, а на основі теоретичних моделей, побудованих із перших принципів, встановлено, що моношарова структура  $\text{BiOI}$  може володіти відмінними фотокаталітичними властивостями для розщеплення води. Така здатність пояснюється варіаціями електронної структури, зумовленими зменшенням товщини шару. Вважається, що ці відхилення пояснюються квантовими розмірними ефектами, що можуть суттєво підвищити рухливість фотогенерованих носіїв та значно посилити локалізоване всередині ультратонкого шару електричне поле. Проте зменшення товщини шару також призводить до зменшення абсорбції світлового випромінювання, чого слід уникати у практичному застосуванні. Крім того, передбачено, що деякі оптичні параметри цих плівок можуть також залежати від товщини шару.

Тому надзвичайно актуальним завданням є на нашу думку отримання експериментальних даних, якими можна було б надійно підтвердити передбачені теоретично розмірні ефекти. Запропонована в наших попередніх роботах еліпсометрична методика

дозволила суттєво підвищити точність вимірювань при одночасному визначенні товщини і показника заломлення ультратонких прозорих плівок в області низького оптичного контрасту. Застосування цієї методики для дослідження ультратонких плівкових структур є суттєво відмінними оптичними параметрами вимагає проведення попередніх розрахунків з метою визначення оптимальних умов еліпсометричного експерименту, при яких забезпечується максимальна точність результату.

Одночасне визначення товщини, дійсної та уявної частини показника заломлення ультратонкого поверхневого шару з товщиною меншою 10 нм передбачає вирішення проблеми кореляційного зв'язку між вимірюваними параметрами. Для такого роду структур найбільш ефективним методом подолання кореляційного зв'язку є зміна умов експерименту за рахунок оптимального вибору параметрів підкладки і робочого діапазону кутів падіння. У більшості випадків зміна одного із параметрів плівки призводить до одночасної зміни обох (амплітудного  $\Psi$  і фазового  $\Delta$ ) еліпсометричних параметрів. Якщо ж зміни відбуваються в ультратонкій плівці ( $d \leq 10$  нм) то зміни оптичного відгуку системи, зумовлені зміною товщини і показника заломлення поверхневого шару, здебільшого ідентичні. Однак саме за рахунок оптимального вибору експериментальних умов, кута падіння світла і параметрів підкладки, можна досягти ситуації, при якій зміна товщини шару зумовлює зміну лише одного – фазового еліпсометричного параметра  $\Delta$ . Іншими словами: існують такі умови експерименту, за яких амплітудний кут  $\Psi$  є абсолютно нечутливим не лише до появи на підкладці ультратонкого шару з деяким показником заломлення  $n$ , але і до зміни його товщини. Як показано в [3], між цими експериментальними умовами і показником заломлення плівки існує строгий аналітичний взаємозв'язок, який можна використовувати для розрахунку останнього.

#### Список використаних джерел

1. Zhang, X.; Li, B.; Wang, J.; Yuan, Y.; Zhang, Q.; Gao, Z.; Liu, L.-M.; Chen, L. *The stabilities and electronic structures of single-layer bismuth oxyhalides for photocatalytic water splitting*, *Phys. Chem. Chem. Phys.* (2014) 16, 25854–25861.
2. A. Kostruba, Yu. Stetsyshyn, and R. Vlokh *Method for determination of the parameters of transparent ultrathin films deposited on transparent substrates under conditions of low optical contrast*, *Applied Optics*. – Vol. 54. – 2015. – pp. 6208-6216.

**Заверуха О. М.**

к.х.н., доцент,

**Скоробогатий Я. П.**

к.х.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ НАЯВНОСТІ ТОКСИЧНИХ РЕЧОВИН В ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ І ДЕЯКІ ШЛЯХИ ЇХ УСУНЕННЯ

Актуальність проблеми безпеки продуктів харчування з кожним роком зростає. Різне погіршення екологічної ситуації практично в усіх регіонах світу, пов'язане з антропогенною діяльністю людини, вплинуло на якісний склад їжі. З харчовими продуктами в організм людини надходить значна частина хімічних і біологічних речовин. Вони потрапляють і накопичуються в харчових продуктах як за біологічним, так і за харчовим ланцюгом. Харчовий ланцюг охоплює всі етапи сільськогосподарського і промислового виробництва продовольчої сировини і харчових продуктів, а також їх зберігання, пакування і маркування. У зв'язку з цим гарантування безпеки і якості харчових продуктів є одним з основних завдань сучасного суспільства, від розв'язання якого залежить здоров'я населення і збереження його генофонду.

Хімічні речовини харчових продуктів, що проявляють шкідливий вплив на здоров'я людини, різними шляхами потрапляють в людський організм і можуть бути представлені:

– природними компонентами як харчової сировини, так і готових продуктів (мікотоксини);

– забруднювачами, що можуть потрапляти в їжу із навколишнього середовища або в процесі технологічної обробки при контакті із обладнанням (сполуки важких металів, нітрати, нітрити, нітрозаміни, радіонукліди, пестициди, антибіотики, сульфаніламіди, нітрофурани), гормональні препарати, транквілізатори, антиоксиданти);

– речовинами, що спеціально вносяться із технологічних міркувань (харчові добавки).

Сполуки важких металів (густина яких більша за  $5 \text{ г/см}^3$ ) становлять велику й небезпечну групу речовин (*Hg, Pb, Cd, As, Sb, Sn, Zn, Al, Be, Fe, Cu, Ba, Cr, Tl*). Залежно від концентрації деякі з них можуть бути як біологічно необхідними, так і шкідливими чи отруйними.

Найбільшу небезпеку з наведених елементів представляють ртуть (*Hg*), свинець (*Pb*), кадмій (*Cd*), що здатні накопичуватися в органах і тканинах живих організмів і проявляють канцерогенний і мутагенний ефекти.

З розвитком ядерної енергетики в біосферу почали потрапляти радіонукліди. Найнебезпечнішими із них є довгоживучі  $^{90}\text{Sr}$ ,  $^{137}\text{Cs}$  (періоди піврозпаду відповідно 27 і 32 роки) і короткоживучий  $^{131}\text{I}$  (період піврозпаду 8 діб).

Опромінення організму призводить до різних видів мутацій, порушення процесів розпаду глюкози і вищих полісахаридів, спостерігається зниження вмісту ліпідів.

Ще одна група токсичних речовин – це залишки застосування сільськогосподарських отрухохімікатів (пестициди, добрива, регулятори росту рослин). Пестициди – це хімічні засоби захисту культурних рослин від бур'янів, шкідників і хвороб тощо. Світове виробництво пестицидів щорічно безупинно зростає. Найпоширенішими є хлорорганічні, фосфорорганічні, карбамати (похідні карбамінової кислоти), ртутьорганічні, фунгіциди та ті, що містять мідь. Вони проявляють різну токсичність, стійкість і кумулятивні властивості.

Нітрати широко поширені в природі. При споживанні в підвищеній кількості нітрати ( $\text{NO}_3^-$ ) у травному тракті частково відновлюються до нітритів ( $\text{NO}_2^-$ ). Нітрити в організмі взаємодіють з гемоглобіном крові з утворенням метгемоглобіну, нездатного зв'язувати й переносити кисень. Основними джерелами надходження нітратів і нітритів в організм людини є, як правило, рослинні продукти. Широкий спектр нітрозосполук утворюється в результаті технологічної обробки сировини, напівфабрикатів (інтенсивна термічна обробка, копчення, соління, тривале зберігання й т.п.).

З метою підвищення продуктивності сільськогосподарських тварин, профілактики захворювань, збереження якості кормів у тваринництві широко застосовуються різні лікарські й хімічні препарати: антибіотики, сульфаніламіди, нітрофурани, гормональні препарати, антиоксиданти тощо.

Антибіотики, що зустрічаються в харчових продуктах, можуть бути наступного походження:

1) природні антибіотики;

2) що утворюються в харчових продуктах в результаті виробництва (з'являються, наприклад, при ферментації деяких видів сирів);

3) що потрапляють у харчові продукти в результаті лікувально-ветеринарних заходів (значення має забруднення молока пеніциліном, що широко використовується у боротьбі зі стафілококовою інфекцією);

4) що потрапляють у харчові продукти як біостимулятори. Найчастіше використовують хлортетрациклін і окситетрациклін;

5) що застосовуються як консервуючі речовини з метою попередження їх псування. Найчастіше застосовують антибіотики із групи тетрациклінів (хлортетрациклін, тетраміцин). Рекомендовано використовувати пеніцилін, стрептоміцин, левоміцитин, граміцидін.

Антимікробна дія сульфаніламідів менш ефективна, ніж дія антибіотиків. Однак вони дешевші й доступніші. Найчастіше в організмі тварин і птахів, продукції тваринництва (м'ясо, молоко, яйця) виявляють сульфаметазин, сульфадиметоксин, сульфаметозин, сульфакіноказалін.

Найбільшу антибактеріальну активність проявляють 2-заміщені фурани.

Гормональні препарати використовують у ветеринарії й тваринництві для поліпшення засвоєності кормів, стимуляції росту тварин, прискорення статевого дозрівання. Вони погано метаболізуються, накопичуються в організмі тварин і здатні в організмі людини викликати дисбаланс в обміні речовин і фізіологічних функцій.

Систематичне вживання продуктів харчування, забруднених антибіотиками, сульфаніламидами, гормональними препаратами й іншими препаратами є причиною дисабіозів. Тому дуже важливо забезпечити необхідний контроль залишкових кількостей цих забруднювачів у продуктах харчування.

Природні токсини не поступаються за канцерогенною активністю антропогенним ксенобіотикам. Найбільшу небезпеку представляють бактеріальні токсини, зокрема мікотоксини. Їх біологічна дія проявляється як у вигляді гострих токсикозів, так і у вигляді виражених канцерогенних, мутагенних і тератогенних ефектів.

Бактеріальні токсини забруднюють харчові продукти і є причиною гострих харчових інтоксикацій. Вони здатні накопичуватися в ґрунтах, водоймах, а з атмосферними й водними потоками переносяться на значні відстані. Пересуваючись по харчових ланцюгах, ксенобіотики потрапляють в організм людини.

Однак не лише навколишнє середовище є головним джерелом забруднення сировини й харчових продуктів, а й з'являються нові та модифікуються традиційні технології одержання продуктів харчування. Такі технології часто пов'язані із застосуванням жорстких видів обробки сировини й напівфабрикатів, що може призвести до утворення токсичних речовин (утворення фурфуролу, трансжирів на стадії термічної обробки кондитерських виробів і відгонки етилового спирту). Також широкого поширення набули різні види неперевіраних харчових добавок і нових пакувальних матеріалів; відсутні або погано контролюються технологічні процеси і якість продуктів харчування, що випускаються малими підприємствами.

На сьогодні питання контролю за забрудненням продовольчої сировини, харчових продуктів та кормів токсинами є важливим і вирішується не тільки в рамках окремих держав, але і на міжнародному рівні (ВООЗ і ФАО).

**Скоробогатий Я. П.**

к.х.н., професор,

**Бужанська М. В.**

к.х.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИРОБНИЧИЙ ТРАВМАТИЗМ – ВАЖЛИВА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМА СЬОГОДЕННЯ**

Виробничий травматизм є важливою соціально-економічною проблемою сьогодення для більшості країн світу. Україна не виняток, стан сфери охорони праці вимагає уваги. Чинна система управління охороною праці виявилась недостатньо ефективною в даних умовах про, що свідчить рівень виробничого травматизму, який залишається високим.

У 2017 році робочими органами виконавчої дирекції Фонду соціального страхування України зареєстровано 4 965 (з них 332 – смертельно) потерпілих від нещасних випадків на виробництві, на яких складено акти за формою Н-1. Відповідно у сфері оптової та роздрібною торгівлі у 2017 р. травмовано 248 потерпілих у тому числі 23 із летальними наслідками. У

2017 році порівняно з 2016 роком кількість страхових нещасних випадків збільшилась на 4,2 % (з 4766 до 4965), кількість смертельно травмованих осіб зменшилась на 8,8 % (з 364 до 332). Серед причин нещасних випадків переважають організаційні – 65,5 % (з 249) нещасних випадків, через психофізіологічні причини сталося 22,3 % (1 109) нещасних випадків, а через технічні причини – 12,2 % (607) нещасних випадків (рис. 1., рис. 2.).

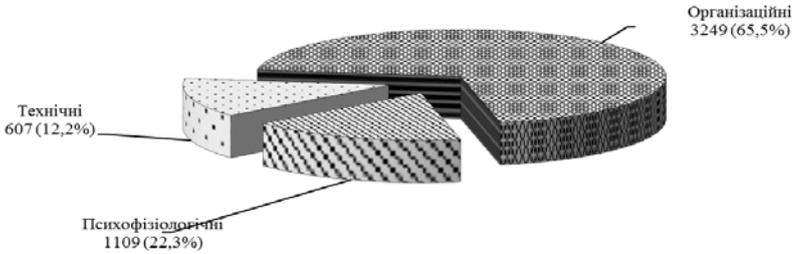


Рис. 1. Розподіл кількості потерпілих від травматизму, пов'язаного з виробництвом, за основними причинами настання нещасного випадку у 2017 році

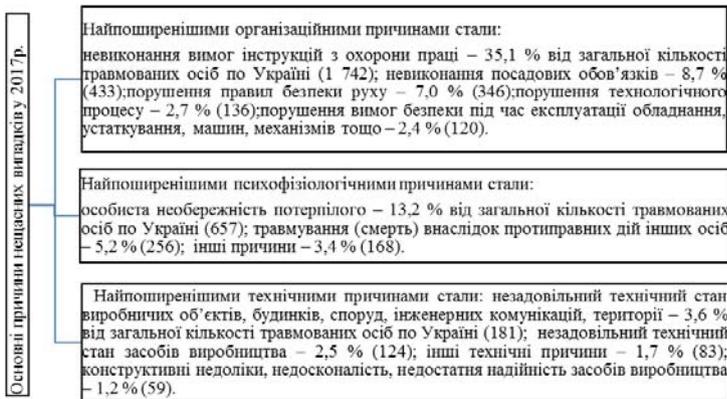


Рис. 2. Найпоширеніші причини нещасних випадків виробничого характеру у 2017 р.

Виробничий травматизм та професійні захворювання мають значні негативні наслідки, пов'язані з людськими та матеріальними втратами. Виробничий травматизм зумовлює не тільки прямі втрати (грошову компенсацію страхового випадку), але й непрямі втрати, які можуть значно перевищувати прямі втрати. До непрямих втрат належать: перерва у виробничому процесі після нещасного випадку та зміни у трудовому процесі; зниження продуктивності праці внаслідок негативного морального впливу нещасного випадку на персонал; витрати на розслідування (складання актів, робота комісії); витрати на навчання працівників на заміну травмованим; зниження продуктивності праці травмованих переведення їх на легшу роботу; витрати на ремонт основних фондів та обладнання; зниження якості продукції після нещасного випадку. Високий рівень травматизму та професійних захворювань свідчить про невирішені проблеми вітчизняних підприємств в

сфері охорони праці. Виробничий травматизм, професійні та професійно зумовлені захворювання завдають не лише соціальних, але й значних економічних збитків, тому комплекс організаційно профілактичних заходів знаходиться в складному взаємозв'язку різних чинників виробничого середовища і умов праці. Розроблення комплексу профілактичних заходів можливе лише за впровадження на державному рівні відповідних заходів: імпліментатії міжнародних стандартів соціальної відповідальності в діяльність підприємств; реалізація міжнародних та національних програм, спрямованих на зменшення виробничого травматизму, поліпшення умов праці на виробництві; удосконалення системи моніторингу основних показників в сфері охорони праці та поширення державного контролю за станом охорони праці на підприємствах; посилення громадського контролю за додержанням законодавства про охорону праці (зокрема, зміцнення контролю, який здійснюється уповноваженими трудових колективів з питань охорони праці та профспілок, за створення безпечних виробничих та соціально-побутових умов праці, забезпеченням працівників спецодягом, спецвзуттям, іншими засобами індивідуального та колективного захисту); удосконалення системи навчання з питань охорони праці та промислової безпеки; розробка та реалізація проектів в сфері охорони праці та промислової безпеки на підприємстві, участь у рейтингах та конкурсах соціально відповідальних компаній та соціальних проектів; участь підприємств у державних програмах (загальнодержавній соціальній програмі поліпшення стану безпеки, гігієни праці та виробничого середовища на 2014-2018 роки).

#### **Список використаних джерел**

1. *Аналіз страхових нещасних випадків на виробництві та профзахворювань за 2017 р. Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fssu.gov.ua>.
2. *Концепція Загальнодержавної цільової програми поліпшення стану безпеки, гігієни праці та виробничого середовища на 2014-2018 роки* : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.sop.com.ua>.

**Скоробогатий Я. П.**

к.х.н., професор,

**Хінальська Т. Р.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЛЬВІВЩИНИ**

Стратегічним завданням сучасної екологічної політики держави є проведення реформи охорони навколишнього середовища з метою забезпечення гармонійного перебування людини в навколишньому середовищі. У сучасних умовах екологічні проблеми стають усе важливішим чинником економічних проблем у більшості регіонів України. В цьому завданні основний пріоритет має надаватися екологічності – якісно новій політиці України. Ця політика включає розвиток альтернативної енергетики, що не завдає школи навколишньому середовищу, збільшенню зелених насаджень, особливо у великих містах, збільшення площ територій природно-заповідного фонду, розробка схем національних та регіональних екомереж; підвищення природно-ресурсного потенціалу території; збереження біо- та ландшафтного різноманіття; агітація в засобах масової інформації досвіду екологічно обґрунтованих практик використання та відновлення живої природи, упорядкування агроландшафтів.

Необхідно усвідомити, що здоров'я громадян, тривалість життя, якість продуктів харчування та питної води напряму залежать від екологічної ситуації в державі та внутрішньої екологічної політики уряду. Саме тому, в суспільстві нарешті має вкорінитися

розуміння того, що подальший розвиток України, як цивілізованої європейської держави неможливий без гармонії з оточуючим середовищем та бережливим ставленням до природи.

На стан екологічної безпеки певного регіону держави впливають загрози у природному, техногенному і соціальному середовищі. Таким чином, можна виділити найбільш поширені екологічні ситуації у Львівській області, які погіршуються з кожним роком:

1. Незадовільний стан поводження з ТПВ (закриття діючого сміттєзвалища та відсутність екологічно безпечного полігону захоронення ТПВ), формування стихійних сміттєзвалищ.

2. Значний рівень забруднення атмосферного повітря, особливо у центральних частинах міста за рахунок комунального та приватного автотранспорту.

3. Зменшення площі зелених насаджень міст та їхній незадовільний естетичний та фітосанітарний стан, наявність аварійних дерев у житловій забудові, вуличних насаджень, скверах та парках міста.

4. Наявність безпритульних домашніх тварин, особливо котів.

5. Недостатнє фінансування заходів щодо підвищення екологічної свідомості та культури мешканців міста.

6. Активізація небезпечних морфо-динамічних процесів (карст, суффізія, зсуви).

7. Шкідливі викиди різноманітних підприємств, зокрема, деревообробних заводів у Кам'яно-Бузькому районі, Миколаївського цементного заводу та інших.

8. Скупчення великої кількості пестицидів на Грибовицькому сміттєзвалищі.

9. Зберігання у межах області гудронів, що не відповідає нормам екологічної безпеки.

Існуюча в Україні система моніторингу не забезпечує проведення систематичних і обґрунтованих досліджень граничних допустимих параметрів екосистем, характеру змін основних джерел загроз екологічній безпеці держави і тому потребує кардинального удосконалення. Все це говорить про необхідність захисту навколишнього середовища і докорінної зміни відношення людей до природи, комплексного підходу до вирішення цих проблем. Єдиним шляхом збереження екологічної рівноваги в біосфері є обмежене споживання людиною природних ресурсів за рахунок створення мало- і безвідходних технологій, переходу на альтернативні ресурси тощо, та зменшення ступеня забруднення природного середовища. Безумовно, гарантія екологічної безпеки неможлива без вирішення ряду політичних, економічних та соціальних проблем, з врахуванням можливих стихійних лих.

#### *Список використаних джерел*

1. Сучасні проблеми екологічної безпеки України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://dea.gov.ua/article/suchasni\\_problemi\\_ekologichnoi\\_bezpeki\\_ukraini](http://dea.gov.ua/article/suchasni_problemi_ekologichnoi_bezpeki_ukraini).

2. Перелік найбільших екологічних проблем Львова : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://zaxid.net/lm/uklada\\_perelik\\_naybilshih\\_ekologichnih\\_problem\\_lvova\\_n1424426](https://zaxid.net/lm/uklada_perelik_naybilshih_ekologichnih_problem_lvova_n1424426).

**Породко І. Г.**  
старший викладач,  
**Скоробогатий Я. П.**  
к.х.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ В УКРАЇНІ**

Альтернативна енергетика стає одним із базових напрямів розвитку технологій у світі, до не відновлювальних джерел енергії відносять: гідроелектростанції (великі, середні та малі), геотермальну, сонячну, фотоелектричну та теплову енергію, енергії припливів, хвиль океану, вітру, тверду біомасу, гази з біомаси, рідкі біопалива, а також теплоенергію створену

завдяки тепловим насосам, та вторинні джерела енергії, такі як: скидне тепло, муніципальні промислові відходи, тиск доменного газу та природного газу під час його транспортування.

Сонячна енергетика – це одна з галузей, що найбільш динамічно розвивається у світі. Енергія сонця безпечна для довкілля. Використання сонячного випромінювання доцільне для вироблення теплової та електричної енергії й можливе на всій території України. Середньорічна кількість сумарної енергії сонячного випромінювання, яка надходить щорічно на територію України, знаходиться в межах від 1 070 кВт·год/м. кв. в північній частині України до 1 400 кВт·год/м. кв. на півдні. Фотоенергетичне обладнання може достатньо ефективно експлуатуватися на протязі всього року проте, максимально ефективно протягом 7 місяців на рік (з квітня по жовтень). Перетворення сонячної енергії в електричну в умовах України орієнтується в першу чергу на використання фотоелектричних пристроїв. Наявність значних запасів сировини, промислової та науково-технічної бази для виготовлення фотоелектричних пристроїв може забезпечити сповна не тільки потреби вітчизняних споживачів, але й експортувати більше двох третин виробленої продукції.

Беручи до уваги досвід з впровадження сонячних електростанцій в європейських країнах зі схожим рівнем сонячного випромінювання, а також з огляду на світові тенденції постійного зниження собівартості будівництва СЕС внаслідок розвитку технологій, в Україні за рахунок вдосконалення технології та введення в експлуатацію нових потужностей виробництва електроенергії СЕС може бути значно збільшено. Досвід країн ЄС та північної Америки свідчить, що сонячна енергія може використовуватись в промисловому масштабі навіть вночі. В Іспанії і США є підприємства, що в темний час доби генерують електроенергію з тепла накопиченого в день.

Перевагою сонячних станцій, що працюють на сонячній енергії є безшумність. Істотний недолік полягає у тому, що такі станції займають великі площі. Кожен 1 МВт потужності СЕС потребує відведення щонайменше 1,5 га землі. Недоліком також є те, що вихід енергії – непостійний. На СЕС сьогодні припадає близько 4 % виробленої електроенергії з відновлювальних джерел енергії у світі. Перетворення сонячної енергії в електричну відбувається в основному за рахунок використання фотоелектричних елементів. За допомогою енергії Сонця можна частково забезпечити електроенергією мешканців приватного сектору, (паралельно з роботою електричної мережі). Для цього використовуються фотоелектричні елементи, які розташовуються на даху будинку.

В Україні з метою поширення використання альтернативних джерел енергії запроваджено “зелений тариф” на електроенергію. *Зелений тариф* – тариф, за яким оптовий ринок електричної енергії України зобов’язаний закуповувати електричну енергію, вироблену на об’єктах електроенергетики з альтернативних джерел енергії. Енергопостачальники зобов’язані купувати електричну енергію, у випадках, обсягах та за цінами, визначеними національною комісією регулювання електроенергетики України (НКРЕ).

За I квартал ц. р. введено в експлуатацію 159,4 МВт потужностей об’єктів, що генерують електроенергію з відновлюваних джерел за “зеленим” тарифом.

Цей показник перевищує весь обсяг потужностей, встановлених протягом усього 2016 р. (121 МВт), і становить більше половини, а саме – 61 % від обсягу потужностей, введених протягом 2017 року (257 МВт).

Таким чином, за перші три місяці 2018 р. маємо:

- майже 100 МВт сонячних електростанцій;
- 47 МВт вітроелектростанцій;
- 6,2 МВт електростанцій на біогазі;
- 5,1 МВт електростанцій на біомасі;
- 1,5 МВт малих ГЕС.

Отже, спостерігаємо позитивну динаміку впровадження “зелених” проєктів за рахунок ряду змін у законодавчих актах, серед яких ключові:

- удосконалення та прив’язка “зеленого” тарифу до курсу євро до 2030 р.;

- ліквідація вимоги щодо “місцевої” складової;
- запровадження надбавки за використання українського обладнання;
- укладання довгострокових договорів на закупівлю “чистої” електроенергії за “зеленим” тарифом;
- встановити власну електростанцію і продавати електроенергію за “зеленим” тарифом може любий споживач електроенергії.

Ефективність подальшого розвитку альтернативних джерел полягає в комплексній оцінці потреб та враховування ґрунтово-кліматичних, інституційно-регіональних, соціальних, техніко-технологічних, структурних, інвестиційних та економічних факторів

#### **Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Динаміка розвитку сектору відновлюваної енергетики : [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Української асоціації відновлювальної енергетики. – Режим доступу : <http://uare.com.ua/dinatika-rozvitku-sektoru.html?limitstart=0>.
3. Закон України “Про ратифікацію Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони” № 1678-VII від 16.09.2014 р. : [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної ради України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/>.

**Блащак І. М.**

к.пед.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### ЗДОРОВИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ ЯК ФЕНОМЕН ІСНУВАННЯ ЛЮДИНИ

На протязі тривалого періоду розвитку науки, техніки і можливостей людини вдосконалювалось твердження, що здоровий спосіб життя особистості є визначальним феноменом. В кінцевому результаті, на сьогоднішній день, фахівці та науковці прийшли до висновку, що здоровий спосіб життя є визначальним чинником забезпечення тривалості активного життя, соціального, біологічного та психологічного благополуччя громадян і передбачає оптимальну рухову активність, раціональне харчування, здоровий сон, додержання гігієнічних правил, відмову від тютюнокуріння, вживання наркотиків та зловживання алкоголем [4].

Поняття здорового способу життя не стільки медичне, скільки педагогічне, моральне та соціальне. Здоровий спосіб життя – це стан фізичних, психічних, духовних і соціальних показників, а також сукупність ціннісних орієнтирів людини [6].

У науково-методичній та популярній літературі розглядаються такі складові здорового способу життя:

- фізичні навантаження, обмеження в харчуванні, загартування, час і вміння відпочивати [1];
- режим праці та відпочинку, раціональне харчування, загартування, рухова активність [5];
- фізичні вправи, раціональне харчування, контроль артеріального тиску та маси тіла, способи ослаблення стресів, відсутність звички до куріння [3];
- аеробне фізичне навантаження, раціональне харчування, емоційна гармонія, яка досягається завдяки першим двом складовим та правильному відпочинку [2];
- рухова активність, раціональне харчування, психо-енергетична саморегуляція, загартування [7];
- систематичні заняття фізичними вправами, збалансоване харчування, загартування, здоровий і достатній сон, релаксація з метою подолання стресів, відмова від тютюнокуріння, вживання алкоголю, збудливих та заспокійливих фармацевтичних засобів [5];
- фізична культура, правильне харчування, режим праці та відпочинку, повна відмова від шкідливих звичок [3].

Основними чинниками здорового способу життя є дотримання режиму праці та відпочинку, правил особистої гігієни, визначення і обов'язкового виконання оптимального рухового режиму, раціонального харчування, рухової активності, загартування, усвідомлення шкідливості вживання наркотичних речовин, алкоголю, куріння та ін. [6].

Здоровий спосіб життя сучасної людини включає відповідне харчування, психопрофілактику, фітопрофілактику, рухові і фізичні вправи, різні оздоровчі системи. Основу підтримання і зміцнення здоров'я складають раціональне харчування та фізична активність.

Виділяють три основних компоненти здорового способу життя:

- 1) об'єктивні суспільні умови;
- 2) конкретні форми життєдіяльності, що дозволяють реалізувати здоровий спосіб життя;
- 3) систему ціннісних орієнтацій, що формують свідому активність [3].

Враховуючи дослідження науковців останніх років і досвід організації фізичного виховання у Виші, як одного з факторів всебічно розвинутого фахівця, керівництвом

Держави були прийняті нормативні акти та фундаментальні рішення в даній сфері. Так, 9 грудня 2015 р. Кабінет Міністрів України проголосував за Постанову № 1045 “Про затвердження порядку проведення щорічного оцінювання фізичної підготовленості населення України”, а в лютому 2016 р. Президент затвердив “Стратегію розвитку здорового способу життя населення України”.

Очевидно, у найближчому майбутньому, даних два документи стануть базовим дороговказом діяльності всієї сфери фізичного виховання та спорту в Україні.

#### **Список використаних джерел**

1. Ареф'єв В. Г. *Основи теорії та методики фізичного виховання : підр. для студ. ф-тів (ін-тів) фіз. виховання пед. у-тів / В. Г. Ареф'єв. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2010. – 268 с.*
2. Левків Л. *Динаміка показників емоційного компонента інтересу студенток до фізкультурно-спортивної діяльності / Ліля Левків, Марія Біла, Володимир Левків // Теоретико-методичні засади спортивних та рекреаційних ігор : зб. наук. ст. – Львів, 2016. – С. 64-69.*
3. Матвієнко М. І. *Активізація свідомого ставлення до виконання фізичних вправ в процесі занять з фізичного виховання у студентів вищих навчальних закладів / М. І. Матвієнко // Наук. часоп. НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 5 : Педагогічні науки: реалії та перспективи : зб. наук. пр. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2009. – Вип. 14. – 294 с.*
4. Омельченко С. О. *Педагогіка здоров'я : навч. посіб. / С. О. Омельченко. – Слов'янськ : Вид. центр СДПУ, 2009. – 230 с.*
5. Римик Р. В. *Педагогічні умови формування рівня рекреаційної активності у студентів вищої школи / Р. В. Римик, Л. Б. Маланок, А. В. Ситиця, О. М. Лецак, В. Р. Римик // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова . Серія № 15. “Науково-педагогічні проблеми фізичної культури / Фізична культура і спорт” : зб. наук. пр. ; За ред. О. В. Тимошенка. – К. : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2017. – Вип. 5 К (86) 17. – С. 272-275.*
6. *Фізичне виховання і здоров'я : навч. посіб.; за заг. ред. О. Д. Дубогай. – К. : УБС НБУ, 2012. – 270 с.*
7. Шиян О. І. *Освітня політика з питань забезпечення здорового способу життя молоді : монографія / О. І. Шиян. – Л., 2010. – 296 с.*

**Завійська В. М.**

старший викладач,

**Блацак І. М.**

к.пед.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ЗАСОБИ ПОКРАЩЕННЯ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ СТУДЕНТІВ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ В ПРАКТИЦІ ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ**

Для забезпечення всебічного та гармонійного розвитку особистості необхідна ціла низка важливих умов. Серед яких найважливішими є зміцнення здоров'я, підвищення рівня фізичної та інтелектуальної підготовленості студентської молоді. Важливість забезпечення цих умов постійно зростає через підвищення вимог до освітнього процесу, збільшення інформаційного потоку, зростання розумового, психічного та емоційного навантаження на студента [1]. Для покращення працездатності в навчальному процесі в практиці фізичного виховання можна розглядати заняття такими видами спорту, які сприяють покращенню фізичних та розумових здібностей осіб, які ним займаються [1, 2, 3]. До таких видів спорту належить спортивне орієнтування, спортивні ігри, ін.

Проведені наукові дослідження свідчать, що і спортивне орієнтування, і спортивні ігри сприяють фізичному розвитку, вихованню волевих та моральних якостей, розвитку інтелектуальних здібностей, підвищенню розумової працездатності, поліпшенню показників функціонального стану та фізичного здоров'я [2, 5].

Спортивне орієнтування за кількістю технічних прийомів, тактичних ситуацій та психологічними діями дуже близьке до спортивних ігор [3]. Окрім цього, поєднання фізичної та інтелектуальної діяльності, здійснює багатогранний позитивний вплив на формування фізичних, інтелектуальних та особистісних рис спортсменів [2, 4]. Аналіз досліджень

свідчить про ефективність впровадження у різних країнах засобів спортивного орієнтування у процес фізичного виховання школярів [2, 3].

Саме тому, метою нашого дослідження є пошук резервів покращення працездатності у навчальному процесі на прикладі спортивного орієнтування.

Для досягнення цієї мети нам необхідно вивчити особливості розвитку уваги та пам'яті у студентів, які займаються спортивним орієнтуванням та волейболом, а також порівняти отримані дані з результатами досліджень студентів-не спортсменів.

Для проведення експерименту було створено дві експериментальні групи спортсменів орієнтувальників та волейболістів та одна контрольна група студентів – не спортсменів. Усі учасники експерименту – студенти II і III курсу ЛТЕУ.

Дослідженнями Я. В. Сіраковської, встановлено, що розвиток когнітивних процесів є провідною ланкою в техніко-тактичній підготовці орієнтувальників, а високий рівень розвитку основних властивостей уваги є одним із важливих факторів успішного подолання дистанції і досягнення найкращого результату у змаганнях.

Тому ми вирішили розглянути і порівняти особливості властивостей уваги та пам'яті в експериментальних та контрольній групах, окремо у чоловіків та жінок.

Для дослідження концентрації і стійкості уваги ми застосували коректурну пробу Бурдона та методику "Таблиць Шульте". А для визначення короткострокової пам'яті, її обсягу і точності – методику "Пам'ять на числа".

Аналіз отриманих результатів показав, що кращі показники уваги продемонстрували спортсмени. Жінки-волейболістки допускали помилок в середньому на 0,24 менше ніж жінки-орієнтувальниці. У чоловіків результати між експериментальними групами розподілились дещо по іншому. Орієнтувальники-чоловіки помилялися в середньому на 0,36 менше ніж волейболісти-чоловіки. Кількість помилок у КГ була суттєво більшою від кращих результатів ЕГ у жінок – на 4,48, у чоловіків – на 3,22 ( $p < 0,05$ ).

Отримані результати дослідження пояснюються особливостями розглянутих видів спорту. І спортивне орієнтування, і волейбол вимагають від спортсменів великої концентрації і стійкості уваги для досягнення високих результатів, і, тим самим, сприяють розвитку цих якостей.

При аналізі показника стійкості уваги та визначенні об'єму динамічної уваги за "Таблицями Шульте", можемо помітити, що робота, яка виконується орієнтувальниками дещо відрізняється своєю якісною стороною. Середній показник уваги в ЕГ-1 у жінок-орієнтувальниць на 2,68 сек. кращий, ніж у волейболісток ЕГ-2. Чоловіки-орієнтувальники ЕГ-1 також показали кращий час – 35,35 сек., що на 1,42 сек. менший ніж у волейболістів ЕГ-2 ( $p < 0,05$ ).

Результати ж у КГ (40,92 – жін., 41,41 – чол.) знаходяться в межах нормативних показників (N 30-50 сек.), але істотно нижчі, ніж в обох експериментальних групах.

Отримані дані підтверджують перевагу орієнтувальників (ЕГ-1) і дозволяють стверджувати, що хоча спортивне орієнтування і волейбол схожі між собою за кількістю технічних прийомів, тактичних ситуацій та психологічними діями, проте орієнтування ставить особливо високі вимоги до точності виконання технічних прийомів, в умовах постійного перемикання уваги через необхідність порівнювати та співвідносити двовимірне зображення на карті з тривимірним зображенням реальної місцевості в стресових умовах, що постійно змінюються.

Як відомо, пам'ять людини характеризується параметрами: обсягом, точністю, швидкістю запам'ятовування, надійністю, продуктивністю. Ці характеристики пам'яті є важливими властивостями особистості і визначають ефективність розумової діяльності.

Функцію пам'яті ми досліджували за допомогою тесту на визначення обсягу короткострокової пам'яті (ОКП). Аналізуючи середньо групові показники, ми з'ясували, що студенти – орієнтувальники (ЕГ-1), на відміну від інших двох груп (ЕГ-2, КГ) продемонстрували високий рівень ОКП. При нормі для дорослої людини – 7 і більше цифр, у жінок середній показник становив 9,78, а у чоловіків – 10,2. Результати волейболістів ЕГ-2 та

студентів КГ нижчі, навіть за нормативні показники (4,38 – 5,72) ( $p < 0,05$ ) (рис. 1).

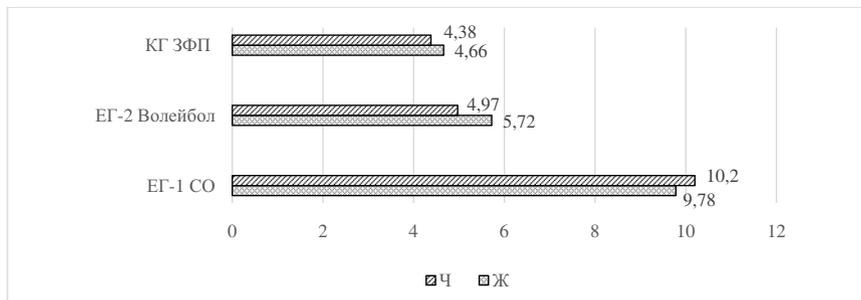


Рис. 1. Обсяг короткострокової пам'яті

Такий великий розрив у результатах між групами можна пояснити специфікою спортивного орієнтування. У процесі своєї діяльності орієнтувальник багаторазово запам'ятовує ділянку карти, щоб контролювати свій шлях по місцевості, та ділянки місцевості, щоб постійно відчувати і контролювати своє місцезнаходження на карті. Сам процес запам'ятовування умовних знаків карти і відтворення реальних форм місцевості і, навпаки, йде постійно, від старту до фінішу, що і сприяє розвитку усіх параметрів пам'яті, зокрема її обсягу і точності.

Таким чином, проведені дослідження дають підставу стверджувати, що заняття спортом сприяють розвитку психофізіологічних функцій організму. Заняття спортивним орієнтуванням та волейболом вимагають від спортсменів великої концентрації і стійкості уваги для досягнення високих результатів і, тим самим, сприяють розвитку цих якостей.

Перемикання уваги та пам'ять мають величезне значення в психологічній підготовці орієнтувальників. У практиці орієнтування постійно присутнє перемикання уваги з читання карти на місцевість і навпаки, зі скрупульозного читання карти (точного орієнтування) на швидкісний біговий варіант і навпаки. А процес запам'ятовування умовних знаків карти і відтворення реальних форм місцевості і, навпаки, йде безперервно. Саме така специфіка виду спорту обумовлює кращі результати досліджень у цьому виді спорту.

Розвиток психічних функцій при заняттях спортивним орієнтуванням і волейболом відбувається у постійній, і у мінливих умовах з подоланням непередбачуваних перешкод в орієнтуванні, чи дій суперника у спортивних іграх, плануванням дій за допомогою мапи або в обставинах, що раптово виникли. А це означає, що заняття цими видами спорту сприяють розвитку розумових здібностей та покращують працездатність студентів у навчальному процесі.

#### Список використаних джерел

1. Галайтатій Г. Д. Фізіологічна характеристика фізичної і розумової працездатності студентів з різним рейтингом успішності і фізичної підготовленості : автореф. дис. ... канд. біол. наук : [спец.] 03.00.13 "Фізіологія людини і тварин" / Г. Д. Галайтатій. – Київ, 1997. – 20 с.
2. Галан Я. П. Корекція психофізичного стану школярів 13-14 років засобами спортивного орієнтування : автореф. дис. ... канд. наук з фіз. виховання та спорту : [спец.] 24.00.02 "фізична культура, фізичне виховання різних груп населення" / Я. П. Галан. – Київ, 2015. – 23 с.
3. Ермаков В. В. Формирование двигательных действий и развитие психофизических качеств ориентировщиков / В. В. Ермаков, З. В. Васильева. – Смоленск, 2008. – 140 с.
3. Казанцев С. А. Психология спортивного ориентирования : [монография] / С. А. Казанцев; М-во образования и науки Рос. Федерации, С. – Петерб. гос. ун-тет физ. культуры им. П. Ф. Лесгафта. – СПб., 2007. – 110 с.
4. Король С. Стан психофізіологічної підготовленості студентів технічних спеціальностей / Світлана Король // Молода спортивна наука України: зб. наук. праць з галузі фізичного виховання, спорту і здоров'я людини. – Львів, 2015. – Вип. 19, т. 2. – 2015. – С. 114-118.

## **ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА СПОРТИВНОГО ЖИТТЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ**

Здоров'я і фізична підготовленість студентів ВНЗ викликає серйозну занепокоєність спеціалістів: близько 80-90 % юнаків та дівчат мають відхилення в стані здоров'я, понад 50 % – незадовільну фізичну підготовленість. тільки 11,2 % студентів не мають хронічних соматичних захворювань, не більше 7,3 % мають сприятливий морфологічний статус [2, 3].

Низка науковців [1, 4, 5 та ін.] вважають, що перенапруженню, зниженню працездатності, погіршенню адаптаційних можливостей організму можна ефективно протистояти засобами фізичного виховання. У літературі, присвяченій проблемі зміцнення здоров'я студентів є дані, які підкреслюють факт підвищення якісних і кількісних проявів розумової діяльності студентів, що займаються різними формами фізичної культури. Фізична культура і спорт у студентському віці повинні бути найважливішим засобом зміцнення здоров'я. А найголовніше – засоби фізкультури в цьому віці мають бути природною, біологічною основою для формування особистості, невід'ємною частиною їхнього способу життя.

Саме особистісний спосіб життя є визначальним щодо сутності здорового способу життя індивіда. Він характеризується особливостями повсякденного життя людини, яке охоплює її трудову діяльність, побут, форми дозвілля, участь у громадському житті, матеріальні і духовні потреби, норми і правила поведінки. Спосіб життя – це той чинник здоров'я, який майже цілком залежить від поведінки людини [1, 4].

Для досягнення мети досліджень необхідно вирішити наступні завдання:

1. З'ясувати, який спосіб життя притаманний студентам ВНЗ.
2. Проаналізувати рівень залучення студентів до занять фізичною культурою.

Анкетування проводилося серед студентів ВНЗ Львова. За результатами досліджень можна зробити наступні висновки. Так. на запитання: "Чи вважаєте Ви, що Ваш спосіб життя є здоровий?" майже кожен четвертий студент (23,3 %) вказує, що його спосіб життя є здоровий, така ж кількість студентів (23,3 %) відповіли, що їхній спосіб життя швидше здоровий, ніж не здоровий.

Необхідно зазначити, що значна кількість студентів (36,7 %) вказали на те, що їхній спосіб життя швидше нездоровий, ніж здоровий; 13,4 % респондентів зазначили, що їм важко визначитися із відповіддю і лише 3,3 % вказали, що їхній спосіб життя є нездоровий.

На запитання: "Які чинники притаманні Вашому способу та умовам життя?" студенти відповіли: порушений режим навчання і відпочинку (34,4 %), незбалансоване харчування (31,0 %). У той же час 17,2 % студентів зазначили, що шкідливі звички притаманні їхньому способу життя; 6,8% респондентів скаржились на перевантаженість навчанням.

Проведене опитування також дозволило встановити, що самостійно тривалий час займаються фізичними вправами лише 13,7 % студентів; самостійно (проте дуже рідко) займаються 38,1 % респондентів. Більшість студентів займаються фізичними вправами тільки в обсязі навчальної програми (41,4 %). Не займаються взагалі фізичною культурою 6,8 % опитаних.

Поряд з тим, можна зазначити, що більшість студентів погоджуються з думкою, що для відновлення сил та зміцнення здоров'я необхідно займатися фізичними вправами (75,9 %); не погоджуються з цією думкою 10,3 % і вагаються у виборі 13,8 % опитаних.

Незважаючи на те, що студенти розуміють значну роль фізичної культури у зміцненні здоров'я, самостійно займається незначна їх кількість (13,7 %). Студенти, які займаються фізичними вправами, надають перевагу таким їх видам, як плавання (24,1 %, шейпінгу (17,2 %), ходьбі і бігу на лижах (13,7 %) та туризму (13,7 %).

Основним мотивом до занять у опитаних студентів є покращення рівня здоров'я та удосконалення тілобудови.

Враховуючи вище наведене, існує необхідність проведення агітаційної, пропагандистської та роз'яснювальної роботи серед студентів та проводити різні спортивно-масові заходи.

#### **Список використаних джерел**

1. Гавриш Н. П. Виховання особистості через здоровий спосіб життя / Н. П. Гавриш // *Здоровий спосіб життя: зб. матеріалів II міжрег. наук.-практ. конф.* – Л., 2002. – С. 10-13.
2. Мурза В. П. Особливості взаємозв'язку між параметрами фізичної підготовленості та психофункціонального стану студентів-медиків / В. П. Мурза, А. П. Дяченко // *Роль фізичної культури в здоровому способі життя: мат. 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф.* – Львів: ЛДМУ, 2005. – С. 46-49.
3. Петренко Н. Аналіз фізичного стану студентів економічних спеціальностей / Наталія Петренко // *Молода спортивна наука України: зб. наук. пр. з галузі фіз. виховання, спорту і здоров'я людини / за заг. ред. Євгена Приступи.* – Л., 2011. – Вип. 15. – Т. 2. – С. 201-205.
4. Сіренко Р. Р. Складові здорового способу життя студентів в умовах сучасного суспільства / Р. Р. Сіренко, М. О. Сапронов // *Здоровий спосіб життя: Зб. статей міжрегіон. наук.-метод. конф.* – Л., 2006. – С. 51-53.
5. Шевчук Л. Т. Проблеми формування здорового способу життя / Л. Т. Шевчук // *Здоровий спосіб життя: зб. статей міжрегіон. наук.-метод. конф.* – Л., 2006. – С. 26-32.

**Лукашевич Л. В.**  
старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

### **ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПОТРЕБИ У ФІЗИЧНОМУ САМОВДОСКОНАЛЕННІ СТУДЕНТІВ ВНЗ**

На даний час однією з основних проблем нашого життя є проблема здоров'я нації. особистості. Здоров'я – як найважливіша властивість живого організму є мірою духовної культури, показником якості життя. Доведено, що здоров'я людини тільки на 10-15 % залежить від діяльності лікарів, медпрепаратів, на 15-20 % – від генетичних факторів, на 20-25% – від стану навколишнього середовища і на 50-55 % – від умов і способу життя [1, 2, 3]. Фахівцями [4, 5] доведена важливість формування мотивації у молоді до активних занять фізичними вправами, як в урочних формах, так і під час дозвілля.

Особливу роль у розв'язанні цієї проблеми відіграє фізичне виховання, яке водночас є важливим засобом формування особистості. основною метою фізичного виховання студентів є усвідомлення потреби у фізичній активності, розвитку інтересу та звички до самостійних занять фізичною культурою і спортом, набуття знань, умінь і навичок здорового способу життя.

Нами було проведено теоретичний аналіз та узагальнення даних наукової літератури, педагогічні спостереження та систематизація методичних рекомендацій з фізичного виховання студентів. У результаті було з'ясовано, що обов'язкові заняття з фізичного виховання у навчальних закладах не завжди спроможні заповнити дефіцит рухової активності студентів, забезпечити відновлення їх розумової працездатності, запобігти захворюванням, що розвиваються на фоні хронічної втоми. Вирішення цього завдання сприяють самостійні заняття студентів фізичним вправами протягом тижня.

Самостійні заняття фізичною культурою та спортом допомагають ліквідувати недостатню рухову активність, сприяють більш активному засвоєнню навчальної програми та здачі контрольних нормативів. Ці заняття надають можливість оволодіти цілим рядом

нових рухових умінь та навичок, які не передбачені програмою з фізичного виховання, розширити діапазон рухових дій, підвищити спортивну майстерність.

Організація самостійних занять студентів передбачає: підвищення рівня теоретичних знань щодо фізичної культури і спорту; підготовку до виконання нормативів з програми фізичного виховання, професійну підготовленість, удосконалення рухових умінь та навичок, що були засвоєні на обов'язкових заняттях. Під час проведення самостійних занять підвищується не тільки рівень фізичної підготовленості студентів, але й розвиваються такі моральні якості, як самодисциплінованість, самостійність, уміння приймати рішення тощо.

Для педагогічної практики важливо визначити форми та методи підвищення активності студентів щодо занять фізичною культурою, сформувати потребу у фізичному самовдосконаленні та намітити шляхи їх подальшого формування.

Існує багато форм організації самостійних занять, адже до основних відносять: ранкову гігієнічну гімнастику, фізичні вправи впродовж дня, самостійні заняття фізичними вправами в місцях проживання студентів.

Перш ніж почати самостійні заняття фізичними вправами, необхідно визначити стан свого здоров'я, рівень фізичного розвитку і фізичної підготовленості. Ефективність тренування буде найбільш високою, якщо при використанні фізичних вправ забувати про гігієнічні вимоги та режим правильного харчування. Ще однією важливою умовою самостійних занять є обов'язкове дотримання принципів тренування, а саме: регулярності, поступовості, безперервності, індивідуальності, адекватності фізичних навантажень, правильного чергування навантажень.

Важливою є роль у формуванні позитивного ставлення до фізичного самовдосконалення викладача, рівень його знань, підготовленість до розв'язання освітніх, оздоровчих і виховних завдань, ініціативність, особистий приклад формує у студентів інтерес до занять.

Отже, можна зробити наступні висновки:

1. Самостійні заняття студентів фізичними вправами протягом тижня можуть доповнити дефіцит рухової активності студентів, забезпечити відновлення їх розумової працездатності, запобігти захворюванням та сприяти покращенню фізичного стану.

2. Основними формами організації самостійних занять є ранкова гігієнічна гімнастика, фізичні вправи протягом дня, самостійні заняття фізичними вправами в місцях проживання студентів.

3. Обов'язковою умовою самостійних занять фізичними вправами є визначення стану свого здоров'я, рівня фізичного розвитку і фізичної підготовленості.

4. Особистий приклад викладача, рівень його знань, підготовленості до розв'язання освітніх, оздоровчих і виховних завдань формує у студентів інтерес до занять.

#### **Список використаних джерел**

1. Волков В. *Основи теорії та методики фізичної підготовки студентської молоді* / В. Волков – К. : Освіта України, 2008. – 256 с.
2. Гутько И. П. *Азбука здоровья* / И. П. Гутько, В. А. Соколов, К. К. Забаровский – Минск : Польмя, 2007.
3. Линець М. М. *Витривалість, здоров'я, працездатність* / М. М. Линець, Г. М. Андрієнко – Львів, 2003. – 123 с.
4. Линець М. *Шейпінг у системі фізичного виховання студенток* / М. Линець, В. Гумен, С. Гордійчук // *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*. – 2002. – № 2-3. – С. 134-137.
5. Марченко О. *Формування фізичної культури у процесі навчання у вищих навчальних закладах* / О. Марченко // *Теорія та методика фізичного виховання і спорту*. – 2008 – № 2. – С. 82-85.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ І  
ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ  
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Матеріали  
наукової конференції  
професорсько-викладацького складу та аспірантів  
Львівського торговельно-економічного університету

Оригінал-макет видавництва Львівського торговельно-економічного  
університету

Підписано до друку 08.05.2018 р.  
Формат 60x84/16. Папір офсетний.  
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.  
24,12 др. арк. 22,54 ум. др. арк. 33 облік.-видавн. арк.  
Тираж 100 прим. Зам. 50.

---

Віддруковано в друк. видавництва Львівського торговельно-економічного університету  
79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10. Тел. 244-40-19. e-mail drook@ukr.net  
Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України  
серія ДК № 5149 від 15.07.2016 р.