

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДНУ “ІНСТИТУТ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗМІСТУ ОСВІТИ”  
ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ “ЖИТОМИРСЬКА ПОЛІТЕХНІКА”  
БІЛОРУСЬКИЙ ТОРГОВО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ  
КООПЕРАТИВНО-ТОРГОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ МОЛДОВИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ  
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-  
ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ**

## **МАТЕРІАЛИ**

**Міжнародної науково-практичної конференції**

**СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,  
ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ  
ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

**Львів, 18-19 червня 2020 року**

**Львів  
2020**

Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції / [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.]. – Львів : вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2020. – 372 с.

**ISBN 978-617-602-273-2**

У збірнику представлені тези доповідей, які оприлюднені на Міжнародній науково-практичній конференції “Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення”, яка відбулася у Львівському торговельно-економічному університеті 18-19 червня 2020 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>Лебедєва С. М.</b>    | професор, ректор Білоруського торгово-економічного університету споживчої кооперації (Республіка Білорусь)   |
| <b>Шавга Л. А.</b>       | професор, ректор Кооперативно-Торгового Університету Молдови (Республіка Молдова)  |
| <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>      | професор, декан юридичного факультету Львівського торговельно-економічного університету  |
| <b>Осінська О. Б.</b>    | завідувач аспірантури, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету                       |
| <b>Кузьма Х. В.</b>      | провідний фахівець наукового відділу, старший викладач кафедри теоретичної та прикладної економіки Львівського торговельно-економічного університету |

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

© Колектив авторів

**ISBN 978-617-602-273-2**

© Львівський торговельно-економічний університет

## ЗМІСТ

### ПЛЕНАРНІ ЗАСІДАННЯ

#### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ № 1 “СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ”

<i>Куцик П. О.</i> Аналіз динаміки основних показників національної економіки України за 2010-2019 рр.....	
<i>Полякова Ю. В.</i> Конкурентоспроможність регіонів України в умовах глобалізації.....	12
<i>Яхно Т. П.</i> Протокольні аспекти введення ділових переговорів в міжнародному середовищі.....	14
<i>Шевчик Б. М.</i> Культурні змісти економічних систем.....	16

#### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ № 2 “ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇХ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ”

<i>Вдовичин І. Я.</i> Демократія як інструмент руйнування прав і свобод людини.....	19
<i>Трут О. О.</i> Фактори управління результативністю торговельних підприємств.....	21
<i>Медвідь А. Б.</i> Щодо відповідності законодавчих підстав адміністративного затримання особи без рішення суду положенням Європейської конвенції з прав людини.....	23
<i>Сирохман І. В., Гирка О. І.</i> Проблеми забезпечення безпечності та якості харчових продуктів.....	25

### СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ

#### СЕКЦІЯ “ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО”

<i>Куцик П. О., Процикевич А. І.</i> Концептуальні засади державного регулювання інвестиційного процесу на ринку ІТ-послуг.....	27
<i>Анопій В. В.</i> Проблеми формування системи зв'язків торгівлі і виробництва в Україні..	28
<i>Міценко Н. Г.</i> Передумова розвитку зовнішньоекономічної діяльності малих підприємств.....	30
<i>Міщук І. П., Гадада В. Г., Міщук А. І.</i> Інновації та логістика в мережевих торговельних компаніях.....	32
<i>Міщук І. П., Демчук С. В., Бондаренко А. В.</i> Реалізація інноваційного підходу до організації торгівлі взуттям в Україні.....	33
<i>Сибірна Р. І., Хомів О. В.</i> Управління трудовими ресурсами підприємства у перспективі розвитку економіки.....	35
<i>Ковтун О. І.</i> Роль стратегії та бенчмаркінга в управлінні конкурентоспроможністю підприємницької організації.....	38
<i>Антонюк Я. М.</i> Проблеми розвитку роздрібною торгівлі в сучасних умовах розвитку економіки.....	40

<i>Куцик В. І., Злидник М. І.</i> Ринок цукру як об'єкт дослідження рівня конкурентоспроможності продовольчого комплексу України.....	42
<i>Куцик В. І., Шпарик Я. Я.</i> Іпотечне земельне кредитування в системі відтворення земельних ресурсів.....	44
<i>Куцик В. І., Козлова Ю. І.</i> Вплив глобалізаційних процесів на розвиток економіки України.....	46
<i>Лунак Р. Л.</i> Стратегічні пріоритети та засоби реалізації інноваційного потенціалу розвитку реального сектору регіональних економік в Україні.....	47
<i>Турянський Ю. І.</i> Наукові принципи податкового регулювання.....	49
<i>Кабаці Б. І., Тягунова Н. М.</i> Детермінанти розвитку підприємництва в Закарпатській області.....	51
<i>Молохович М. В.</i> Влияние отраслевой специфики на уровень инновационной активности хозяйствующих субъектов.....	53
<i>Олексин І. І.</i> Франчайзингові мережі як інноваційний інструмент розвитку малого бізнесу в Україні.....	56
<i>Олексин І. І., Льода Р. І.</i> Напрями реалізації інноваційних бізнес-технологій у роздрібній торгівлі.....	58
<i>Перепьолкіна О. О.</i> Ефективність монетарного трансмісійного механізму в Україні.....	60
<i>Середа С. А.</i> До питання забезпечення підприємств торгівлі ваговимірвальним обладнанням.....	62
<i>Сороківський В. М., Кузьма Х. В., Папка О. С.</i> Статистичні методи прогнозування показників діяльності страхових компаній.....	63
<i>Шалева О. І.</i> Особливості мерчендайзингу продовольчих товарів-новинок.....	65
<i>Шиндировський І. М., Чистякова О. О.</i> Роздрібна торгівля споживчими товарами та тенденції її розвитку.....	67
<i>Зав'ялова О. Р.</i> Деякі аспекти практичного застосування концепції цінової еластичності попиту.....	69
<i>Скуратович А. Л., Хильман Л. В.</i> Этикет предпринимательства – возможность сделать бизнес красиво.....	70
<i>Романович С. П.</i> Основы устойчивого развития регионального потребительского рынка.....	72
<i>Годунько Р. Б.</i> Систематизація видових проявів адаптації під час розробки стратегії адаптації підприємства.....	75
<i>Марій О. Т.</i> Застосування логістичних інновацій під час трансформації ланцюгів постачань.....	76
<i>Поліщук В. В., Штець Т. Ф.</i> Інформаційні технології як чинник регулювання міграційних процесів.....	78

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

<i>Куцик П. О.</i> Розвиток методології бухгалтерського обліку: інформаційні вимоги користувачів і суб'єктів прийняття рішень.....	80
<i>Воронко Р. М., Воронко О. С.</i> Мета і завдання аудиту облікової політики підприємства.....	81
<i>Медвідь Л. Г.</i> Деякі аспекти обліку в банках операцій з похідними фінансовими інструментами.....	83
<i>Головацька С. І.</i> Бюджетування: методичний інструментарій стратегічного управління витратами підприємства.....	85
<i>Головацька С. І., Семенюк Г. І.</i> Нерухомість як об'єкт бухгалтерського обліку та контролю.....	86
<i>Бойко Р. В., Дебопре В. О.</i> Оцінка необоротних активів на деревообробних підприємствах.....	88
<i>Герасименко Т. О.</i> Характеристика основних підходів до структурування внутрішнього середовища підприємства для потреб стратегічного аналізу.....	89
<i>Калайтан Т. В.</i> Критерії класифікації для проведення авс-аналізу на підприємствах ресторанного господарства.....	91
<i>Кузьмінська К. І., Чабанюк О. М.</i> Особливості обліку витрат на створення веб-сайту.....	93
<i>Лобода Н. О.</i> Аутсорсинг як структурний елемент національної економіки.....	96
<i>Марценюк Р. А.</i> Організаційна форма внутрішнього контролю: теоретичний аспект...	98
<i>Мякинська В. В., Соболева Ю. В.</i> Определение и обоснование внедрения системы раздельного учета в соответствии с международной и отечественной нормативно-законодательной базой.....	100
<i>Полянська О. А.</i> Особлива роль корпоративної соціальної звітності виходячи із підвищення вагомості корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в умовах економічної кризи та світової пандемії.....	102
<i>Чабанюк О. М., Кузьмінська К. І.</i> Особливості обліку доставки товару через поштові відділення.....	104
<i>Чік М. Ю., Бойко Р. В.</i> Принцип суттєвості в бухгалтерському обліку.....	106
<i>Бурдик О. Ю.</i> Основна проблематика та перспективи обліку витрат у системі управління пасажирським автотранспортом.....	108
<i>Павлік І. Є.</i> Організаційні основи підсистеми економічного аналізу суб'єктів господарювання в аграрній сфері.....	110
<i>Якубич Е. В.</i> Організаційний аспект обліку зміни вартості активів підприємства.....	112

## СЕКЦІЯ “ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ”

<i>Черкасова С. В.</i> Про необхідність нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектору України.....	114
<i>Копилюк О. І.</i> Стратегічні аспекти антикризового управління в банках України.....	116
<i>Васильців Т. Г., Зайченко В. В.</i> Стратегічні пріоритети державної політики забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України.....	118
<i>Вовчак О. Д., Єндоренко Л. О.</i> Управління комплаєнс-ризиками в банках.....	120
<i>Підлипна Р. П.</i> До питання забезпечення державного регулювання соціального страхування.....	123
<i>Андрейків Т. Я.</i> Необхідність формування підприємством фінансової стратегії як інструменту управління його фінансовою діяльністю.....	125
<i>Власюк Н. І.</i> Міжбюджетні трансферти як інструмент забезпечення збалансованого розвитку території.....	126
<i>Мединська Т. В.</i> Податковий комплаєнс у системі фіскального адміністрування.....	128
<i>Мицак О. В.</i> Деякі аспекти управління фінансовими ризиками.....	130
<i>Музичка О. М.</i> Сучасний інструментарій управління проблемними активами банків.....	132
<i>Руцишин Н. М.</i> Іноземний капітал у банківській системі України та його вплив на фінансову безпеку держави.....	134
<i>Самура Ю. О.</i> Інтегрований підхід до формування системи забезпечення фінансово-економічної безпеки банківських установ.....	136
<i>Чуй І. Р.</i> Систематизація принципів оподаткування доходно-прибуткових податків.....	138
<i>Журибіда Н. Р.</i> Ідентифікація загроз та небезпек у функціонуванні банків України.....	139

## СЕКЦІЯ “МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА МАРКЕТИНГ”

<i>Дайновський Ю. А.</i> Маркетинг і екологічні інновації.....	142
<i>Семак Б. Б.</i> Основні тренди запровадження сучасних цифрових технологій у сфері маркетингу.....	144
<i>Шевчук В. О.</i> Внутрішні та зовнішні чинники контрастного спаду промислового виробництва в економіці України зі середини 2019 р.....	146
<i>Яремко Л. А.</i> Особливості здійснення зовнішньоекономічної діяльності прикордонних регіонів України.....	148
<i>Балук Н. Р., Дайновський Ю. А.</i> Комунікації соціально-відповідального маркетингу в дошкільній освіті.....	150
<i>Басій Н. Ф., Дайновський Ю. А.</i> Напрями дослідження цільової аудиторії в рекламі... <i>Боднар І. Р.</i> Основні пріоритети інформатизації України в контексті євроінтеграції... <i>Бойчук І. В.</i> Сучасні маркетингові тренди в Інтернет-торгівлі.....	152
<i>Вовчанська О. М., Іванова Л. О.</i> Сучасні маркетингові стратегії у міжнародних готельних мережах.....	157
<i>Іванова Л. О., Вовчанська О. М.</i> Актуальні програми споживчої лояльності у сфері готельних послуг.....	159
<i>Семів С. Р.</i> Сучасні принципи розвитку міжнародного кооперативного руху.....	162
<i>Чех М. М.</i> Глобальні гібридні загрози: економічний вимір.....	165
<i>Шайда О. Є.</i> Перспективи розвитку підприємництва в умовах глобалізації.....	167
<i>Сокурєнко С. В.</i> Труднощі вибору системи обмінного курсу в доларизованій економіці (приклад України).....	169

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

<i>Барна М. Ю., Табака Н. М.</i> Діяльність туристичної галузі у пандемійний та постпандемійний період.....	173
<i>Мізюк Б. М.</i> Формування туристичних регіональних кластерів.....	175
<i>Трут О. О., Лящук К. П.</i> Концептуальні принципи управління соціальною відповідальністю організації.....	176
<i>Мельник І. М.</i> Процеси екологізації готельних підприємств України.....	178
<i>Свидрук І. І.</i> Управління креативною активністю вітчизняних підприємств в умовах неоіндустріалізації.....	180
<i>Сидорчук О. Г.</i> Актуалізація моделі державного управління соціальною безпекою в контексті національної безпеки.....	182
<i>Гірняк Л. І.</i> Тенденції розвитку ресторанного бізнесу в умовах кризи.....	184
<i>Колянко О. В.</i> Сутність зовнішнього середовища функціонування організації.....	186
<i>Колянко О. В., Озимок Г. В.</i> Концептуальні основи товарної інноваційної політики... ..	187
<i>Коцупей В. М., Клепанчук О. Ю.</i> Управлінські питання регулювання внутрішнього ринку праці за умов запровадження інституційних реформ.....	188
<i>Кудла Н. Є., Коцупей В. М.</i> Типологія агротуристичних господарств.....	190
<i>Миронов Ю. Б.</i> Управління життєвим циклом туристичних дестинацій.....	192
<i>Осінська О. Б.</i> Класифікація видів туристичної та екскурсійної діяльності.....	194
<i>Сибірний А. В., Зарічна О. З.</i> Гігієна планування населених місць у розвитку зеленого туризму.....	198
<i>Тучковська І. І., Блащак І. М.</i> Скандинавська ходьба як засіб підвищення рухової активності для осіб з інвалідністю в спортивному туризмі.....	200
<i>Ящук В. І., Топорницька М. Я.</i> Завдання та умови формування рекреаційних комплексів України.....	201
<i>Антошкова Н. А.</i> Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг в Україні.....	203
<i>Полотай Б. Я.</i> Перспективи впровадження інноваційних технологій у закладах ресторанного господарства.....	206
<i>Леськова С. В.</i> Оцінка стратегічного потенціалу ефективності системи управління розвитком персоналу.....	207

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

<i>Оципок І. М.</i> Нові площини в автоматизації виробничих процесів харчових виробництв...	210
<i>Лозова Т. М.</i> Сучасні аспекти управління якістю продовольчих товарів.....	212
<i>Решетило Л. І.</i> Антимікробні властивості меду передгір'я Карпат.....	214
<i>Бліщ Р. О., Земба О. М.</i> Удосконалення технології пива з підвищенням його стійкості.....	215
<i>Бодак М. П.</i> Сучасні тенденції розвитку холодильних машин.....	217
<i>Гаврилишин В. В., Лебединець А. І.</i> Використання овочевої сировини у виробництві кексів.....	219
<i>Давидович О. Я., Росоха В. І.</i> Інноваційні рослинні добавки для майонезу.....	221
<i>Донцова І. В.</i> Новітні технології збереження якості фруктів та овочів.....	223
<i>Лебединець В. Т.</i> Упаковка м'яса: інноваційні технології.....	225
<i>Палько Н. С., Зімбіцький Д. С.</i> Сучасні тенденції створення функціональних майонезів.....	227
<i>Петришин Н. З., Назар М. І.</i> Технології безглютенкових борошняних страв і кулінарних виробів.....	229
<i>Петришин Н. З., Кім Я. Р.</i> Іноваційні технології соусів підвищеної харчової цінності.....	230

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

<i>Семак Б. Б., Галик І. С., Семак Б. Д.</i> Концептуальні засади формування та перспективи розвитку ринку нанопродукції в Україні.....	232
<i>Доманцевич Н. І., Яцишин Б. П.</i> Старіння пакувальних поліетиленових плівок з модифікуючими додатками.....	234
<i>Пелик Л. В., Пелех Ю. А.</i> Інноваційні види друку набивних текстильних матеріалів...	235
<i>Демидчук Л. Б.</i> Проблеми ідентифікації і класифікації керамічного посуду в УКТЗЕД.....	237
<i>Коваль М. Н.</i> Функції та сприйняття кольору у проектуванні готелів.....	239
<i>Ніколайчук Л. Г., Галик І. С., Семак Б. Д.</i> Основні напрямки розвитку нанонауки та нанотехнологій в Україні.....	241
<i>Попович Н. І., Шумський О. В., Терешкевич Н. А.</i> Мікробіологічний аналіз текстильних матеріалів з бамбукового волокна.....	243
<i>Попович Н. І., Стефанік М. П., Беднарчук М. С.</i> Дослідження показників гігієнічних властивостей пакетів текстильних матеріалів на основі бамбукових волокон.....	245
<i>Сапожник Д. І.</i> Правильність кодування та формування митної вартості автомобільних транспортних засобів.....	247
<i>Шумський О. В., Попович Н. І.</i> Аналіз товарознавчого змісту класифікації та ідентифікації світильників за вимогами УКТЗЕД 2014.....	249
<i>Шумський О. В., Швець О. М.</i> Аналіз змін у законодавстві України щодо інформаційного забезпечення харчових продуктів у контексті вимог “З Д”.....	251
<i>Височанська О. В., Шунькін В. М.</i> Особливості проведення експертного дослідження за фактом пожежі та проблемні питання, які виникають під час пожежно-технічної експертизи.....	254
<i>Пушкар Г. О.</i> Особливості формування асортименту інтер'єрного текстилю для готельного господарства.....	256
<i>Пушкар Г. О., Галик І. С., Семак Б. Д.</i> Екотекстиль і нанотекстиль спеціального призначення на сучасному ринку України.....	258



## СЕКЦІЯ “КРИМІНАЛЬНЕ ТА ЦИВІЛЬНЕ ПРАВО”

<i>Котуха О. С., Чабан О. М.</i> Інноваційний розвиток обслуговуючої кооперації.....	261
<i>Котуха О. С., Воронко Н. Р.</i> Призначення тлумачення норм права та їх застосування у споживчій кооперації України.....	263
<i>Федик Є. І.</i> До питання про відумерлу спадщину.....	264
<i>Сыроед Т. Н., Сиротко Ю. С.</i> Современный механизм функционирования социально-трудовых отношений: проблемы и перспективы развития.....	266
<i>Гентош Р. Є., Скальський К. Я.</i> Вдосконалення правового регулювання концесії.....	269
<i>Горецька Х. В.</i> Норма міжнародного права як підстава виникнення зобов'язання за Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод.....	271
<i>Олашин М. М.</i> Способи незаконного розголошення професійних таємниць.....	273
<i>Сосніна О. В.</i> Кримінальна відповідальність за порушення правил карантину.....	275
<i>Федоров М. П.</i> Проблеми віктимологічної профілактики комп'ютерного шахрайства.....	277
<i>Фонарюк О. Ю.</i> Медіація як спосіб вирішення трудових спорів.....	279
<i>Бережницька Г. І.</i> Законодавче забезпечення якості та безпечності харчових продуктів.....	280
<i>Ковальська М. Ю.</i> Типові слідчі версії під час розслідування бандитизму.....	282
<i>Попов Д. І., Гавелко Ю. О.</i> Призначення пенсії державного службовця працівникам ОМС, посади яких віднесено до категорій посад державних службовців.....	284
<i>Ковалева Н. П.</i> Правовые вопросы заключения и продления концессионного договора.....	287
<i>Слупко В. М.</i> Щодо визначення поняття корпоративних прав.....	289
<i>Панько М. Є.</i> Вчинення злочину в інтересах юридичної особи як обставина, яка підлягає доказуванню для застосування щодо неї заходів кримінально-правового характеру.....	291
<i>Борусовський М. В.</i> Типові слідчі версії під час розслідування постановлення суддею (суддями) завідомо неправосудного вироку, рішення, ухвали або постанови.....	293
<i>Мартьянов С. С.</i> Історія становлення кримінальної відповідальності за найманство.....	294
<i>Олійник Х. В.</i> Генезис розвитку кримінальної відповідальності за пропаганду, планування, підготовку, розв'язування та ведення агресивної війни (радянський період)...	296
<i>Вапна А.</i> Тероризм – одна з найактуальніших проблем сучасності.....	298

## СЕКЦІЯ “ТЕОРІЯ ДЕРЖАВИ ТА ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО”

<i>Оверко Г. Я.</i> Особливості відкодування збитків заподіяних суб'єкту господарювання.....	300
<i>Оверко Г. Я., Магдич С. В.</i> Земельний податок в Україні. Розміри та процес нарахування земельного податку.....	302
<i>Голинська М. І.</i> Модифікація правових засад зумовлених розвитком інформаційно – комунікаційних технологій.....	304
<i>Санагурська Г. М., Куп'янська А. М.</i> Вимоги до окремої думки судді конституційної юстиції: теоретичний аспект.....	305
<i>Лаба С. В., Скрекля Л. І.</i> Стан теоретичного дослідження питань кримінальної відповідальності за пропаганду комуністичного та нацистського тоталітарних режимів...	307

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

<i>Гелей С. Д.</i> Варшавський договір 1920 р. між II Річчю Посполитою і Українською Народною Республікою та його наслідки.....	309
<i>Тімченко О. П.</i> Проблема суб’єкта в гносеології.....	312
<i>Михальський Ю. В., Кендус О. З.</i> Крим – Україна: історія та сьогодення.....	314
<i>Клок В. І.</i> Василь Степанович Нагірний, як творець економічного фундаменту українського національного руху в Галичині в кінці XIX ст.....	317
<i>Козій І. В.</i> Ірраціоналізм в українській філософії початку XX століття.....	318
<i>Пігош М. А.</i> Специфіка та роль аналогії в науці.....	320
<i>Сислюк І. П.</i> Академічна доброчесність як філософсько-педагогічна категорія.....	322

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

<i>Maryniak A.</i> Logistical problems in the context of epidemic threats such as coronavirus.....	325
<i>Pilyavskyy A., Bulhakova Y.</i> Blockchain technology in the supply chain management.....	327
<i>Костенко А. В., Подолець Р. Б.</i> Аналіз можливостей сучасних мультимедійних технологій при перевірці знань.....	328
<i>Артеменко В. Б.</i> Онлайн-навчання користувачів системи моніторингу регіональних синтетичних індикаторів якості життя.....	329
<i>Артищук І. В.</i> Сучасні технології у рекламі і PR.....	331
<i>Кісілевич О. В., Новосад З. Г.</i> Моделювання оптимальної стратегії розвитку економічної системи.....	334
<i>Костирко В. С.</i> Система верифікації програм на мові Python.....	335
<i>Бабич В. І.</i> Особливості визначення даних у сучасних СКБД.....	337
<i>Хмілярчук Л. І., Сашко К. О.</i> SEO-оптимізація як ефективний інструмент просування сайту.....	339

## СЕКЦІЯ “ПРИРОДНИЧІ НАУКИ ТА ЗАХИСТ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА”

<i>Василечко В. О.</i> Перспективи використання закарпатського цеоліту у встановленні автентичності марочних вин.....	342
<i>Бужанська М. В.</i> Особливості менеджменту охорони праці на підприємствах торгівельної сфери.....	343
<i>Заверуха О. М., Хінальська Т. Р., Скоробогатий Я. П.</i> Про екологічні аспекти використання фенолформальдегідних смол у виробництві ламінованих деревостружкових матеріалів.....	344
<i>Пушак А. С.</i> Реалізація алгоритму ШІМ з допомогою мікроконтролера PIC16F876A...	346
<i>Юдічева О. П.</i> Нерибні водні об’єкти: обмеження щодо вмісту біотоксинів в Україні.....	347

## СЕКЦІЯ “ІНОЗЕМНІ МОВИ”

<i>Ковалик Н. В., Тимочко Л. М.</i> Про кількісні методи у лінгвістиці.....	349
<i>Демчук Н. М., Зайшла Н. О.</i> Термінологічні словосполучення маркетингу та їх комунікативно-прагматичні особливості у французькій мові.....	351
<i>Дубравська Д. М., Березюк О. А.</i> Історичні, стилістичні, ономазіологічні та когнітивні фактори в квантитативній дослідницькій парадигмі.....	352
<i>Лисак В. М.</i> Спілкування у галицькій родині: різновиди, специфіка регуляції стосунків...	354
<i>Кость С. С.</i> Український дискурс в творчості Карела Запа: етноімагологічний аспект....	357
<i>Степанов А. В.</i> Функціонально-прагматичні особливості демінутивів у сучасній іспанській мові.....	358
<i>Дудок А. Р.</i> Теорія та методика дослідження префіксальних дієслів сучасної англійської мови.....	360
<i>Дудок Х. Р.</i> Продуктивні способи творення термінів мобільного зв'язку.....	362

## СЕКЦІЯ “ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ”

<i>Блащак І. М., Холявко Ю. С.</i> Мотивація студентів закладів вищої освіти до занять з фізичного виховання.....	364
<i>Баховський І. І., Кулаєв В. І.</i> Денний літній табір як засіб оздоровлення.....	365
<i>Завійська В. М., Лукасевич Л. В.</i> Використання загально-розвивальних вправ у фізичному вихованні студентів спеціальних медичних груп.....	367

## ПЛЕНАРНІ ЗАСІДАННЯ

### ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ № 1 “СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ОБЛІКУ ТА ФІНАНСІВ”

**Полякова Ю. В.**

д.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

#### **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Сучасне розуміння конкурентоспроможності еволюціонує, трансформуючись від понять порівняльних переваг і цінової конкуренції до нематеріальних концепцій конкурентоспроможності, інновацій та економіки знань. Конкурентна боротьба перетворюється у суперництво використуваних стратегій, а стратегічний складник інноваційності – у домінанту конкурентоспроможності. Під впливом тенденцій техноглобалізму формується динамічна конкурентоспроможність регіону, яка визначається здатністю до створення нових або перетворення існуючих конкурентних переваг на інноваційних засадах.

При оцінюванні рівня конкурентоспроможності регіону важливо враховувати конкурентні переваги, під якими розуміється множина можливостей і ресурсів ефективного функціонування регіональної системи. Пропоновані нами теоретико-методологічні основи дослідження конкурентоспроможності регіонів і обґрунтування пріоритетів та засобів її підвищення включають послідовність етапів, наведених на слайді.

Оберемо природно- і працересурсні, інвестиційні, промислові, інноваційні, транспортно-логістичні і сервісні, зовнішньоторговельні, ринково-споживчі, освітні показники показники для компаративного аналізу структурних змін конкурентоспроможності регіонів у розрахунку на одного мешканця та співвідношення регіональних значень до загальноукраїнського рівня. Приймаємо, якщо у певному регіоні рівень показника вищий за середній по країні, то регіон має конкурентну перевагу, і якщо досліджуваний параметр менший від одиниці, то конкурентна перевага нижча за середньоукраїнський рівень. Інтегральний показник для кожного регіону розраховується як середньо геометричне добутоків відносних показників.

Як показують отримані результати, основна група регіонів досягала відповідного рівня конкурентоспроможності завдяки використанню переважно від 11 до 15 конкурентних переваг. При цьому в Україні відсутні регіони з конкурентоспроможністю завдяки використанню 30 або більше конкурентних переваг. Узагальнимо, що регіони з конкурентоспроможною економікою володіють більшим набором конкурентних переваг, ніж інші. Наприклад, Запорізька область мала найбільшу кількість конкурентних переваг – 21, Київська – 20, Дніпропетровська і Харківська – по 18.

Найбільш вагомими перешкодами для реалізації внутрішньої конкурентоспроможності є відсталість більшості регіонів за обсягами прямих іноземних інвестицій і доходів від надання послуг пошти, середньомісячною заробітною платою, обсягами експорту послуг, кількістю найменувань впроваджених інноваційних видів продукції, обсягами капітальних інвестицій. Наведені індикатори значною мірою стосуються розвитку регіону на інноваційних засадах або пов'язані з зовнішнім середовищем, що показує неефективне використання інноваційного потенціалу та неналежне врахування дії зовнішньоекономічних чинників для забезпечення конкурентоспроможності. Протягом аналізованого періоду загострилася міжрегіональна диференціація конкурентоспроможності. Диференціація між найвищим і найнижчим показниками становить 3,3-3,9 рази відповідно.

Для групування регіонів за виявленими конкурентними перевагами застосований кластерний метод на основі відносних показників. Згідно з отриманими результатами,

виокремлені групи регіонів.

Дніпропетровська область (перша група) забезпечує конкурентні переваги завдяки високим загальним обсягам інноваційних витрат, обсягам поточних витрат на охорону навколишнього середовища, а також обсягам експорту товарів, внутрішнім поточним витратам на наукові дослідження і розробки, обсягам реалізованої промислової продукції. Конкурентні переваги регіонів другої групи (Запорізька, Київська, Львівська та Харківська області) забезпечують такі фактори: кількість найменувань впроваджених інноваційних видів продукції; внутрішні поточні витрати на виконання наукових досліджень і розробок; кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію; роздрібний товарообіг підприємств та обіг роздрібною торгівлі. Цю групу регіонів ототожнимо з інноваційною бізнес-активністю, пов'язаною із залежністю конкурентоспроможності від підприємницького потенціалу та рівня економічної активності населення в умовах регіональної локалізації підприємницького потенціалу. Параметри конкурентних переваг третьої групи регіонів включають такі показники: обсяги виробленої продукції сільського господарства; довжина автошляхів загального користування; загальна територія; площі сільськогосподарських угідь і земель сільськогосподарського призначення. Названу групу віднесемо до агропромислового типу розвитку. Важливо, що конкурентоспроможність четвертої групи охоплює експлуатаційну довжину залізничних колій, довжину автошляхів загального користування, вантажообіг автомобільного транспорту, обсяги реалізованої продукції лісового господарства, ліси і лісовкриті площі. З певним наближенням можна пов'язати цю групу з транспортно-логістичним комплексом.

Вагомого значення для забезпечення конкурентоспроможності областей набуває саме інноваційний чинник. Необхідно визнати, що в сучасних умовах використовувани методологічні підходи функціонування ресурсно-індустріальної економіки вже не придатні бути основою конкурентоспроможності. Для зміцнення низки існуючих конкурентних переваг регіонів України, визначальним є ефективне використання інноваційного потенціалу, модернізація набутих конкурентних переваг відповідних регіонів на основі визначення раціональної спеціалізації, що загалом спрямовано на досягнення ними високого рівня конкурентоспроможності. Враховуючи наведене, пропонуються методологічні основи для розроблення регіональних стратегій розвитку, які передбачають селективний вибір технологічно-інноваційної, промислово-інноваційної, секторально-інноваційної або еколого-інноваційної спеціалізації для визначених груп регіонів з окресленням системних характеристик, стратегічних цілей та операційних завдань, організаційно-інституціонального базису і критеріальних обмежень їх прикладної реалізації.

Для виявлення взаємозв'язку між обсягами валового внутрішнього продукту (ВВП) України та обсягами інноваційних витрат використані методи нелінійного програмування. Статистично значущою виявилася модель "Vapor Pressure" з  $R=0,84$  і стандартним відхиленням  $S=0,08$ . Наведена модель показує, що через кожні п'ять років (часових лагів) необхідно збільшувати рівень фінансування інноваційної сфери для максимізації обсягів ВВП. За наявних умов максимальний ефект від інноваційних вкладень спостерігається з лагом у чотири роки.

Таким чином, як державна, так і корпоративна інноваційна політика повинні носити стратегічний, а не імпульсно-тактичний характер. Оскільки віддача від інноваційних витрат не є перманентною і вимагає постійного поновлення та корегування, залежно від умов внутрішнього та зовнішнього середовищ для максимізації їх соціально-економічного ефекту.

За отриманими результатами застосування методу нечіткої логіки з'ясовано, що чисельність дослідників менше впливає на результативність інноваційної діяльності, ніж обсяги інноваційних витрат, оскільки за належного мотивування незначної чисельності дослідників і середнього рівня інноваційних витрат можна досягнути високого рівня результативності. Це доводить важливість запровадження європейських практик фінансового забезпечення і використання різноманітних джерел фінансових ресурсів, переважно залучених, оскільки власні кошти підприємств ще залишаються основним джерелом

фінансування, а їх рівень не сприяє результативності інноваційної діяльності.

Таксономічний аналіз інноваційного розвитку показує достатньо низьку інноваційну діяльність в Україні. Подібна динаміка інноваційної активності, на нашу думку, спричинена: загальним зменшенням чисельності наукових кадрів (найбільше серед країн Центральної та Східної Європи), зниженням і недостатніми обсягами фінансування наукових і науково-технічних розробок та оплати праці науковців, зовнішньою і внутрішньою міграцією наукових кадрів, концентрацією інноваційної активності у низькотехнологічних секторах або “старопромислових” регіонах країни, що не відповідає загальносвітовим та європейським тенденціям інноваційної активності. Прогнозна оцінка інноваційного розвитку України здійснена методом лінійної апроксимації і дозволяє припустити поступове зростання у довгостроковій перспективі рівня інноваційної активності України.

Отже, конкурентні переваги, базовані на знаннях, стають основою моделей інноваційного розвитку. Сучасні тенденції глобальної економіки дають підстави розглядати регіон як самостійний суб’єкт конкурентних відносин. Доцільно застосовувати поняття “динамічної конкурентоспроможності регіону”, що характеризує його здатність ефективно використовувати інноваційний потенціал на основі створення в динаміці нових або модернізації існуючих конкурентних переваг. Відсутність гомогенності формування і розвитку інноваційного потенціалу та істотна диференціація регіонів за конкурентоспроможністю обумовлює необхідність розроблення стратегії раціональної просторово-секторальної спеціалізації регіону.

**Яхно Т. П.**

д.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРОТОКОЛЬНІ АСПЕКТИ ВВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ В МІЖНАРОДНОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

В міжнародному середовищі вступаючи в переговори, сторони вступають у ділові відносини. Міжособистісні симпатії й антипатії можуть перешкодити справі. Звичайно, дане правило не варто розуміти занадто буквально. Незважаючи на те, що переговори можуть виконувати різні функції, використовувати їх краще по призначенню, тобто для рішення проблем. Інші функції можуть бути реалізовані іншими засобами. Навіть для обміну думками, точками зору, поглядами доцільніше використовувати не переговори, а консультації, зустрічі. Це відразу орієнтує партнера на те, що в даному випадку не передбачається ухвалення спільного рішення. Якщо ж у рамках консультацій намічається вихід на домовленості, діалог може бути продовжений у формі переговорів.

Ведення переговорів припускає активність обох сторін. Пасивність звичайно говорить про погане пророблення позиції, її слабості або небажання вести переговори. Але не треба впадати й в іншу крайність – змушувати партнера обговорювати тільки власну позицію, власні ідеї. Переговори – це діалог рівноправних учасників.

Коли необхідність спільного з партнером ухвалення рішення досить очевидна і сторони погодилися почати переговори, краще постаратися відійти від конфронтаційного типу взаємодії. У цьому випадку знайдене рішення може бути значно повніше й у більшому ступені відповідати інтересам обох сторін. Оскільки на однібічній основі це зробити практично неможливо, то і під час підготовки, і особливо при веденні переговорів необхідно показати партнерові доцільність саме такого підходу, його взаємну вигоду. Які принципи тут можуть бути використані?

Одне з основних правил – ніколи першим не застосовувати різного роду прийоми, спрямовані на конфронтацію, або, як вони ще називаються, – “брудні методи” ведення переговорів. Позитивний вплив на хід переговорів часто робить внесення конструктивних ідей

з вирішення протиріч. Прагнення до конструктивності, прояв доброї волі викликає звичайно аналогічні дії з боку партнера. Якщо цього все-таки не відбулося, не варто поспішати з погрозами і “відповідними мірами”.

Під час обговорень і аргументації своєї позиції не треба намагатися переконати партнера в помилковості його точки зору. Таке поводження може тільки викликати роздратування. При згоді партнера піти на поступку не слід розглядати і надалі використовувати це як прояв його слабості. Навпроти, бажано показати, що подібні дії з боку партнера дозволяють вийти на домовленості й у цьому змісті підсилюють позиції обох сторін.

Особливо варто зупинитися на питанні ведення переговорів з більш сильним партнером, тобто з партнером, позиція якого об'єктивно сильніше. Часто майбутня зустріч з більш сильним партнером викликає тривогу і почуття невпевненості. Чи варто взагалі вступати з ним у переговори? Якщо так то, які тут можуть бути використані принципи і методи?

Строго говорячи, партнери завжди рівні за столом переговорів і точніше було б сформулювати питання так: як бути у випадку, якщо партнер демонструє свою силу, намагаючись тим самим “уторгувати” для себе якнайбільше?

Переговори є невід'ємною частиною ділових контактів. Американські фахівці вважають переговори “вістря економічних відносин”. Крім гарного знання предмета обговорення необхідно володіти технікою ведення переговорів, одержати визначену професійну підготовку.

На відміну від закордонних колег, що з юності опановують переговорним процесом (а ринок без переговорів немислимий), для українських підприємців і бізнесменів це зовсім нова галузь діяльності. Звідси і відповідне відношення до переговорів. В одних випадках – це просто розгубленість, в інших – наші підприємці прибігають до методів, засвоєних при командно-адміністративній системі. У результаті переговори “не йдуть”, партнери зазнають збитків, а іноді безповоротно втрачають можливість налагодити взаємовигідні зовнішньоекономічні зв'язки. Вихід один – навчитися мистецтва ведення переговорів.

Для учасників переговорів головне не мати набір готових рецептів, а розуміти, для чого потрібні переговори, які можливості вони відкривають, які головні принципи аналізу ситуацій, що виникають під час переговорів. У процесі ведення переговорів, поводження учасників може відповідати трьом різним підходам.

*Перший підхід* відповідає ідеї протистояння сторін. Стіл, за яким ведуться переговори, уподібнюється своєрідному бойовищу. Відповідно до даної логіки учасники переговорів розглядаються як солдати, покликані відстояти раніше затверджені позиції. Основний девіз таких переговорів можна виразити словами “хто – кого” або “перетягання канату”. Ступінь протистояння може змінюватися в широких межах: від простого бажання домогтися торговельних поступок до прагнення домогтися від партнера по переговорам максимуму можливого. Такий підхід зв'язаний з багатьма негативними моментами. Учасники переговорів можуть почувати себе защемленими. Подальше співробітництво може виявитися під сумнівом. “Виграш” на одних переговорах може викликати прагнення партнера “узяти реванш” на інших.

*Другий підхід* можна вважати протилежністю першого. Сторони займають дружні позиції. Більш слабка сторона очікує від партнера по переговорам “дружнього” до себе відношення і поводить себе запобігливо. На практиці другий підхід зустрічається рідко.

*Третій підхід* заснований на розумінні сторонами необхідності пошуку взаємоприйнятого рішення. Учасники переговорів спільно аналізують ситуацію і зайняті пошуком таких рішень, що у максимальному ступені відповідали би інтересам обох сторін. Третій підхід може бути названий партнерським. Вказане вище зовсім не означає, що в поводженні партнерів присутні елементи альтруїзму. У філософському плані партнерський підхід заснований на теорії “**розумного егоїзму**”, розвиненій французькими мислителями XVIII століття. Ця теорія розвиває ідеї свідомого підпорядкування власних інтересів загальній справі для того, щоб загальний “виграш” дозволив реалізувати вже особисті інтереси.

## КУЛЬТУРНІ ЗМІСТИ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Економічна система – це не лише спосіб організації господарювання, а, передусім, інтелектуальна рефлексія на форму господарського порядку, що відображає міру референції можливого і дійсного. Тому економічна система розглядається як когнітивний конструкт соціального буття. Економічна теорія як наука алегорично трактується як універсальна “скринька з інструментами”, методологічно придатна для системного аналізу кожної форми економічного порядку будь-де і будь-коли. А економіст-теоретик при цьому сприймається як носій абсолютної істини, що знає все про все. Проте, коли життя заперечує “пророцтва” таких “гуру” (а воно їх заперечує постійно), ніхто частіше не “вмиває руки”, звинувачуючи життя. Спробуємо тезисно стати на бік життя.

Отже, по-перше, кожна економічна система як осмислена практика і як систематизований когнітивний досвід, має причинність у минулому, що дала наслідок у теперішньому у якості структури інституціональної системи економіки. Саме цим історичним аспектом системного аналізу найчастіше нехтують економісти-теоретики мейнстрімного напрямку ринкового фундаменталізму. Проте, саме врахування фактора спадщини дає розуміння природи екстерналій трансформаційних економік, перед якими виявляє методологічну безпорадність мейнстрім, гвалтуючи дійсність в ім'я кабінетної ідеї.

По-друге, історична обумовленість екстерналій отримує своє пояснення у контексті соціокультурної динаміки розвитку національного господарства. Кожна економічна система являє собою соціокультурний феномен унікального у просторі і часі становлення актуального буття на основі синергетичного ефекту досвіду перед реальною невідворотністю викликів – власне екстерналій, чинників зміни траєкторії руху системи від ідеї-задуму до ідеї-мети. Соціокультурний підхід мінімізує екстерналії, бо дає розуміння дійсної, а не кабінетно-рафінованої осенсовленості мотивацій і зусиль максимізації корисності в межах існуючих формальних і неформальних інституцій економічної системи. Культура – це, передусім, континуум сенсів, на основі яких індивід тієї чи іншої спільноти інтерпретує свою ідентичність, спосіб своєї “вписаності” у світ, своє місце і функції у структурі системи та доцільність свого існування. Культура як система буття – це не щось стале і незмінне, а динамічна система циклічного руху біатрактивних начал, кожне з яких об'єднує довкола себе систематизовані цілісності аксіологічних наративів, парадигмальних проєктів та праксеологічних патернів можливих модальностей буття, конституїованих нормативним ідеалом буття абсолютного, який знімає суперечність між буттям і небуттям, виправдовуючи доцільність буття. Щоб уможливився рух, атракторів має бути щонайменше два. Тому кожна національна культура і світова культура загалом являє собою дискретну хвилю циклічної динаміки, що протікає в історичному часі поміж двома атрактивними цілісностями: нормативним ідеалом культури чуттєвої та нормативним ідеалом культури ідеаційної, кожен з яких висуває свій меганаратив абсолютного добра, зокрема у формі добробуту.

По-третє, нормативний ідеал чуттєвої культури як атрактор економічної системи включає в себе тріаду: аксіологічний наратив, який зумовлює спосіб пережиття цінностей; парадигмальний проєкт, який на основі пережиття цінностей домінуючого типу культури обумовлює розуміння сенсів доцільного існування у діапазоні ідеального як можливого; праксеологічний патерн, який на основі аксіологічних та когнітологічних модальностей конститує волютивні-вітальні сили для актуалізації мислимо-бажаного як можливо-дійсного у поточній практиці господарського життя “тут і тепер”. Нормативний ідеал чуттєвої культури розгортає свої аксіологічні модифікації в межах механістично-ургічного світогляду; аксіологічні наративи цієї культури висувають евдемоністично-гедоністично-утилітаристські цінності; парадигмальні проєкти цієї культури виступають як ідеологічні



системи: лібералізму (від ринкового фундаменталізму до ордолібералізму), соціалізму (від марксизму, ленінізму до фабіанства та націонал-соціалізму), “відкритого суспільства” та глобальної конвергенції (за доповідями Римського клубу) і т. п.; праксеологічні патерни чуттєвої культури систематизовані поміж двома “чистими” типами форм економічного порядку: адміністративною економічною системою та чистою класичною ринковою конкурентною економічною системою.

По-четверте, сучасна економічна наука виникла і розвинулась у фазових модифікаціях хвилі циклу чуттєвої культури протягом щонайменше п’ятиста останніх років. Біфуркацію забезпечила естетична оболонка ядра матриці чуттєвої культури у формі італійського Ренесансу; фазу зростання посилила релігійна оболонка у формі німецької Реформації, де було обґрунтовано нормативний ідеал економічної людини з допомогою пуританської етики. Акматичну фазу забезпечило французьке Просвітництво на основі філософії гуманізму, ідеології лібералізму та природничих наук. Якщо Ренесанс і Реформація оформили аксіологічний контекст чуттєвої культури, то Просвітництво висунуло її парадигмально-когнітивний проект. Відповідно, прогнозований патернальний проект відтворення образу світу чуттєвої культури через господарські практики забезпечила англійська Промислова революція, запропонувавши успішну модель суспільства як ринку, де конструктивним іманентним двигуном економічного розвитку виступає егоїстична жадоба грошової наживи як контур посилювального зворотного зв’язку становлення соціальної системи, а обмежувальну функцію зворотного зв’язку забезпечила “невидима рука” ринкової конкуренції, що перетворило індивідуальну жадобу на суспільно корисний ефект пропозиції усіх можливо-необхідних засобів життя.

По-п’яте, оскільки хвиля циклу соціокультурної динаміки дисипативна, то необхідно обґрунтувати принцип руху чуттєвого типу культури у її спадній траєкторії із футуросинергетичним прогнозом можливих передумов біфуркації альтернативно-атрактивного типу культури – ідеаційної. Слід рухатися двома шляхами: 1) з’ясувати механізм ентропії чуттєвої культури, що зумовлює власне спадну траєкторію циклу у напрямку обскураційної (передбіфуркаційної) фази; 2) зрозуміти відмінності між нормативними ідеалами обидвох типів культури, що дозволить здійснювати когнітивний прогноз парадигмально-аксіологічного проектування суспільно-економічних форм становлення ідеаційного типу культури. Формою ентропії у патернальних практиках виступає симулякрія аксіологічних змістів усього того, що постає продуктами праці під личиною вартостей. Аналіз змісту нормативної ідеї атрактивних типів культури виявляє образ світу бажаної дійсності, що слугує метою розвитку соціально-економічної системи, та обґрунтовує місце і роль людини у структурі світу.

По-шосте, нормативний ідеал культури виявляє сенс кожного праксеологічного акту. Сенси пізнаються когнітивно і поділяються на три типи: утилітарні, екзистенціальні та онтологічні. Перші дають розуміння максимізації вигоди на основі раціональної поведінки, другі передбачають індивідуальну рефлексію на виклик ситуації, треті обґрунтовують формат відповіді на виклик з позицій нормативного ідеалу. Для чуттєвої культури типово щоб екзистенціальні сенси обумовлювалися утилітарними, де світ постає як поле можливих трофеїв, а технологія покликана змінювати зовнішнє довкілля для забезпечення вигоди і комфорту. Для ідеаційної культури типово щоб екзистенціальні сенси обумовлювалися онтологічними, де людина постає як субстанційний діяч, покликаний примножувати буття через творчість надособистісних цінностей шляхом розпаковування спресованих сенсів семантичного вакууму і творення текстів, де споживною вартістю слова виступає онтологічна новизна – обґрунтована міра синергетично вдосконаленого буття.

По-сьоме, метою техногенезу виробничих систем є емансипація не лише живої, а й уречевленої праці. Тобто, кінцевою метою призначення будь-якої машини є виробництво в режимі нульових граничних витрат. А це означає кінцеву емансипацію складника праці у структурі економічної вартості. Якщо праця, як енергетично затратний процес, що підлягає кількісному вимірюванню і виражається в грошах, зникне як субстанціональна основа

вартості товару, що протікає в часі і відображає дефіцит засобів виробництва, то обвалиться цінова модель, через яку виражається принцип дефіциту, і ринкова система економіки поповнить собою архів історії цивілізації. Це виглядає неймовірно але логічно. І це буде кінцем економіки чуттєвої культури: капіталізму, соціалізму, індустріалізму та інших матеріалістичних “ізмів”.

По-восьме, триває інкубаційний період становлення майбутньої економіки ідеаційної культури, де точкою біфуркації слугуватиме когнітивна сфера захисної оболонки матриці культури, – ноосфера, – і вже існують робочі назви цього явища: постіндустріальна цивілізація, інформаційна економіка, суспільство знань, шостий технологічний уклад NBIC-конвергенції, нооекономіка. Можемо прогнозувати наступне: інноваційний техногенез в режимі нульових граничних витрат нівелює ринкову систему обміну і розподілу, і замінить її системою символічного обміну, який існував тисячоліттями і був латентно імплікований у структуру ринкового обміну щонайменше останніх триста років; субстанцією вартості інформаційно-інтелектуально-інноваційного продукту, замість триваючого у часовому діапазоні енергетично затратного процесу функцій людського організму, виступатиме мить когнітивного зусилля інтелігібельної творчості, на основі якої постане нова споживна вартість – онтологічна новизна слова, що примножує буття людини у світі. Мить інтелігібельного одкровення, що постає інноваційним текстом, є абсолютний дискрет буття, котрий не може бути виражений кількісно, але оскільки у ньому уприсутнюється суціль, мірою мінової вартості слова може виступати інтроцептивний ефект – інтегральний спосіб активізації волі до життя духовно соборної спільноти субстанціальних діячів – когнітаріату, меритократичного класу суспільства нооекономіки ідеаційної культури.

## ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ № 2 “ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇХ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ”

**Вдовичин І. Я.**

д.політ.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### ДЕМОКРАТІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РУЙНУВАННЯ ПРАВ І СВОБОД ЛЮДИНИ

Твердження на перший погляд парадоксальне, та має під собою давню інтелектуальну традицію, яка опиралася на відповідну політичну практику. Про небезпеки прийняття рішень емоційно заангажованою більшістю, застерігали ще античні мислителі Сократ, Платон, Аристотель. Останній зокрема, для уникнення перетворення демократичного режиму в охлократію запропонував механізм, який багато в чому відповідає ідеї поділу влади Ш.-Л. Монтеск'є. Та особливо виразними небезпеки такого характеру стали очевидними в Новий час, із початком хвилі масових революцій. Об'єктивний опис загроз для прав і свободи, що виникають в умовах необмеженої демократії для прав і свобод людини здійснив англійський мислитель Е. Берк у книзі “Роздуми про Французьку революцію” (1790 р.). Залучення значної частини населення до здійснення управлінських і судових функцій у найбезпосередніший спосіб є перш за все результатом втратою правлячим класом розуміння своєї змістовної функції у житті суспільства. Також Е. Берк піддав критиці принципову помилковість ідеї “соціальної інженерії” – сподівання про створення досконалого суспільства за раціонально розробленим планом. Такий підхід не заперечував змін, він орієнтувався на їх втілення не шляхом руйнування вже досягнутого рівня прав і свобод під гаслами “революційної доцільності”, а поступальних змін. Обумовлено це фактом реальності – людської природи і соціальної дійсності. Які є принципово недосконалі, а спроби різкими рухами позбавити їх вад завершуються ще більшими вадами. Такі зміни можуть конструктивно реалізовуватися в оперті на традицію – культурну та інтелектуальну. Тому слушною є думка: “Історія Заходу є історією розуму, що діє у межах традиції” [2, с. 348]. Зміни і новації, які забезпечили західній цивілізації лідерські позиції були результатом балансу між новаторством і традицією.

Власне такий підхід характерний для батьків-засновників США. Лідери Війни за незалежність скликали конституційний конвент для того, аби переглянути статті конфедерації. Учасники конвенту зійшлися на тому, що статті конфедерації виправити неможливо, і в гострих дебатах було започатковано нову конституцію – дуже лаконічну і раціональну. Вагомим аргументом на користь утвердження консервативного підґрунтя американського конституціоналізму і його творців був втілений механізм формування влади, який суттєво обмежив можливості безпосередньої демократії, тим самим захищаючи суспільство від емоційних збурень та некомпетентних рішень. Доречним є погляд іспанського філософа Ортега-і-Гассета, який вважав, що сподівання на “мудрість мас” нічим не обґрунтовані і радше загрожують поступу, ніж сприяють його утвердженню, в той час як насправді сучасні цивілізація і культура є надзвичайно вразливими і перебувають під постійною загрозою. “Проста людина, зустрівшись із таким технічно й суспільно досконалим світом, вірить, що його витворила природа, і ніколи не подумає про геніальні зусилля видатних одиниць, яким він завдячує своє існування. Ще менше вона визнає думку, що далі існування цих досягнень залежить від певних нелегких людських чеснот, що їх найменший зник миттю завалив би всю величну споруду” [3, с. 47]. Це не повинно тлумачитися як заперечення демократії чи загального виборчого права, та необхідно усвідомити, що звернення до референдумів чи результатів виборів як до абсолютної істини і втілення “народної мудрості” не має жодних підстав. А є лише одним із інструментів у механізмі “стримування і противаг”, щоб не допустити свавілля правлячого класу.

Автори американської конституції були свідомі того, якими загрозливими для свободи особи є заклики до радикального утвердження справедливості, до проголошення народоправства єдиним інституційним механізмом влади. “Серед тих, хто винищував свободу у республіках, – підкреслював Гамільтон, – величезна більшість починала свою кар’єру із загравання з масами. На Тиранів перетворювалися не хто інші, як Демагоги” [4, с. 214]. Батьки-засновники США розважливо вчинили, відповідно до центральної ідей консерватизму (традиціоналізму), яка полягає в наступному: “Новатор ніколи не знає, наскільки близько до серцевинного кореня дерева він рубає” [1, с. 7]. Іншими словами – зміни чи то у політико-правовій сфері чи то соціально-економічній чи культурно-етичній, які в сучасних умовах зазнають надзвичайно могутнього тиску технологічних нововведень, повинні дотримуватись традиційного для лікарів принципу : “Не нашкодь!”.

Найбільш вдалим прикладом зваженого використання елементів демократії і представницького врядування, який отримав назву республіканізм, виступає американський досвід. Що ще важливо – змістовне наповнення американського політико-правового інструментарію. Він, на відміну від європейського консерватизму полягав в тому, що від самого початку захищав наріжні цінності класичного лібералізму у двох напрямках: як від надмірного консерватизму Британії, яка задекларувала ідею природних прав людини не завжди її практикувала, виходячи із вузький групових інтересів правлячого класу, так і від напору радикалів, від надміру демократизму. Такий підхід власне є найбільш відповідальним та найскладнішим до виконання. Він потребує перш за все людини-суб’єкта із належним рівнем культурного розвитку, сталими морально-етичними цінностями та спільноти, значна частина якої спроможна раціонально підходити до прийняття рішень, чи то щодо власного життя чи то під час прийняття рішень у час виборів. У США у період Визвольної війни таке суспільство склалося, і його очолили відповідальні лідери. Переважно збіг історичних обставин є менш вдалим. Та це не є підставою визнати несприятливі умови аргументом для утвердження режимів які руйнують спроможність людини до самодіяльності і творення. Тому як не парадоксально, слушною є думка представника американського консерватизму Френка С. Меєра, який зауважує: “Світ, в якому він існує (консерватизм. – І.В.), є революційним світом. І прийняти цей світ, зберегти його, означало б прийняти та зберегти саме заперечення довготривалого розвитку людського розуміння, те знищення істини, яке і є суттю революції” [2, с. 349]. Мова йде про не лише про потребу оновлення чинних інститутів та ревізію популярних стереотипів, а перш за все про інструментарій який для цього необхідно використати. Помилковою є думка, що визнати існуючі обставини незмінними є запереченням традиціоналізму (здорового глузду), насправді завдання полягає у недопущення руйнівних змін для прав і свобод які переважно відбувається під гаслом їх максимального розширення, зняття усієї табу. Суспільство потребує змін, спрямованих на відновлення ваги цінностей, які перебувають за межами буденної дотиково-чуттєвої реальності та вимагають для своєї реалізації цілеспрямованих зусиль людини, її спроможності відмовитися від сьогоденного і моментальної матеріальної вигоди.

Загалом демократія сам по собі не є протилежністю розвитку, прогресу. Її конструктивне застосування лише вимагає, щоб розвиток був органічним, еволюційним, щоб майбутнє не знищувало минулого. і як наслідок – не повертало суспільство у ще більш архаїчні часи.

#### **Список використаних джерел**

1. Керк Рассел. Основи і принципи консерватизму. Консерватизм: Антологія; упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. К. : Смолоскип, 1998. С. 3–19.
2. Меєр Ф. С. Свобода, традиція, консерватизм. Консерватизм: Антологія; упоряд. О. Проценко, В. Лісовий. К. : Смолоскип, 1998. С. 344–356.
3. Ортега-і-Гассет Х. Бунт мас. Вибрані твори; перекл. з іспанської В. Бургардта, В. В. Сахна, О. Товстенка. К. : Основи, 1994. С. 15–139.
4. Скиба В., Горбатенко В., Туренко В. Вступ до політології: Екскурс в історію правничо-політичної думки. К. : Основи, 1998. 718 с.

## ФАКТОРИ УПРАВЛІННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЮ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Результативність функціонування та розвитку сучасних торговельних організацій і підприємств визначається дією низки факторів, врахування та прогнозування яких є необхідною умовою та важливою складовою професійного менеджменту. Зважаючи на динамічність і турбулентність навколишнього середовища діяльності неможливо управляти результативністю підприємства, не враховуючи змін зовнішніх і внутрішніх факторів. Стратегічний підхід до управління підприємством, як відкритою системою, передбачає орієнтацію його діяльності при змінних умовах зовнішнього середовища. Тому їх розуміння дає можливість менеджменту виробити стратегію і тактику поведінки, які спрямовані на забезпечення результативності як в короткостроковому періоді, так і в довгостроковій перспективі.

Результати дослідження консалтингової компанії Mc-Kinsey показують, що результативність діяльності сучасних підприємств на 1/3 частину залежить від впливу зовнішніх факторів і на 2/3 від внутрішніх. Для забезпечення результативної діяльності на ринку менеджменту торговельного підприємства потрібно мати чітке уявлення про стан навколишнього середовища в досліджуваному періоді, а також про ймовірний його стан у майбутньому [1, с. 32].

До питання дослідження взаємозв'язку між торговельним підприємством та навколишнім середовищем варто підходити з точки зору структурування проблеми. В економічній науковій літературі не має єдиної думки щодо структуризації середовища функціонування підприємства в ринкових умовах діяльності. Проте найбільш поширеним є науковий підхід, який розглядає навколишнє середовище діяльності торговельного підприємства як взаємодію його внутрішнього і зовнішнього середовищ [2, с. 58]. Зовнішнє середовище торговельного підприємства утворюють фактори прямої і непрямой дії. Фактори прямої дії: споживачі, постачальники, конкуренти, громадські організації, механізм державного регулювання торговельної діяльності. Фактори непрямой дії: економічні, політичні, міжнародні, НТП, соціально-культурні чинники, екологічні. Фактори прямої безпосередньої дії є частково регульованими з боку менеджменту торговельного підприємства, а фактори непрямой дії – не піддаються регулюванню з боку менеджменту торговельного підприємства.

Оскільки торговельні підприємства, як і всі інші, є організаціями (системами), створеними людьми, то внутрішнє середовище їх формується внаслідок прийняття і реалізації управлінських рішень, тобто внутрішні змінні підприємства є регульованими параметрами. Разом з тим, частина внутрішніх змінних не піддається безпосередньому контролю з боку керівництва, тобто задається в результаті впливу зовнішнього середовища. Це фактори, в основному, соціального характеру, але ними можуть бути і технологічні чи організаційні чинники. Внутрішнє середовище має декілька зрізів, кожен з яких включає набір основних процесів і елементів, стан яких визначає потенціал і можливості підприємства.

Результати проведеного нами кореляційного аналізу впливу низки основних факторів зовнішнього середовища на рівень товарообороту торговельних підприємств, за допомогою інформаційних технологій Excel, наведено в табл. 1.

Результати кореляційного аналізу свідчать про пряму сильну залежність обсягу товарообороту від всіх обраних нами факторів, окрім доходів населення від власності. Причиною цього є непостійність таких доходів та їх незначна частка в сукупних доходах населення. Найвищі значення коефіцієнтів кореляції засвідчують найбільшу залежність обсягу

**Залежність обсягу товарообороту торговельних підприємств від зміни основних зовнішніх факторів**

(коефіцієнти)

Зовнішні фактори	Обсяг реалізації в торгівлі	ВВП	Доходи населення	Витрати населення	Обсяг імпорту	Середня заробітна плата	Загальний обсяг заробітної плати	Прибуток та сукупний дохід	Доходи від власності	Соціальна допомога
Обсяг реалізації в торгівлі	1,00									
ВВП	0,98	1,00								
Доходи населення	0,93	0,97	1,00							
Витрати населення	0,93	0,97	1,00	1,00						
Обсяг імпорту	-0,67	-0,74	-0,62	-0,65	1,00					
Середня заробітна плата	0,97	0,99	0,99	0,99	-0,72	1,00				
Загальний обсяг заробітної плати	0,90	0,94	1,00	0,98	-0,59	0,96	1,00			
Прибуток та сукупний дохід	0,97	0,99	0,96	0,97	-0,74	0,98	0,93	1,00		
Доходи від власності	0,23	0,38	0,52	0,51	0,01	0,42	0,58	0,33	1,00	
Соціальна допомога	0,91	0,92	0,97	0,96	-0,54	0,94	0,97	0,92	0,51	1,00

*Джерело: побудовано автором за даними [3].*

товарообороту від рівня ВВП та середньої заробітної плати. Значний ріст заробітної плати за останні роки та перспективи її зростання дають підстави менеджменту торговельних підприємств очікувати на підвищення результативності торговельної діяльності в майбутньому.

Слабший зворотний зв'язок рівня товарообороту простежується від частки імпорту. Ріст частки імпортованих товарів на ринку призводить до підвищення середніх цін на товари, зниження купівельної спроможності населення, що негативно позначається на результативності торговельної діяльності.

Дослідники успішної діяльності західних фірм стверджують, що менеджмент підприємств, який регулярно не здійснює моніторингу факторів навколишнього середовища, може послабити ефективність використання ресурсного потенціалу, втратити перевагу в конкурентній боротьбі і, загалом, знизити результативність діяльності. Загострення конкуренції на споживчому ринку України, експансія зарубіжних торговельних компаній змушують вітчизняних торговельних підприємців і менеджерів підприємств до більш активного пошуку та використання внутрішніх факторів-резервів забезпечення результативності та ефективності діяльності.

**Список використаних джерел**

1. Боссиди Л., Чаран Р. *Исполнение. Система достижения целей*. М. : Альпина Паблишер, 2015. 324 с.
2. Бланк И. А. *Торговий менеджмент : учебник; 2-е изд., перераб. и доп.* К. : Ника-Центр, Ельга, 2014. 780 с.
3. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

## **ЩОДО ВІДПОВІДНОСТІ ЗАКОНОДАВЧИХ ПІДСТАВ АДМІНІСТРАТИВНОГО ЗАТРИМАННЯ ОСОБИ БЕЗ РІШЕННЯ СУДУ ПОЛОЖЕННЯМ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ КОНВЕНЦІЇ З ПРАВ ЛЮДИНИ**

Продуктивний розвиток вітчизняної доктрини конституційного права в умовах європейської інтеграції України є не можливим без імплементації у національну доктрину положень, ратифікованої у 1997 році Верховною Радою України, Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року [1] (надалі – Конвенція) та вивчення практики їх застосування Європейським судом з прав людини (надалі – ЄСПЛ). Зважаючи на це, актуальним є компаративістське дослідження положень Конвенції, норм Конституції України [2] та вітчизняного законодавства. Саме тому, дослідження відповідності та правомірності підстав для застосування затримання особи без рішення суду, закріплених у нормах чинного Кодексу України про адміністративні правопорушення [3] (надалі – КУпАП) крізь призму положень Конвенції, як елемента реалізації конституційного права людини на свободу та особисту недоторканність, визначено метою даної наукової публікації.

У цьому контексті, необхідно зазначити, що підстави застосування законного затримання особи закріплені у підпункті “с)” пункту 1 статті 5 Конвенції [1]. Своєю чергою, положення другого речення частини 3 статті 29 Конституції України [2], лише опосередковано вказують на можливість застосування без рішення суду такого заходу як “затримання” особи та не встановлюють підстав і порядку його застосування. Стосовно цього, Конституційний Суд України у своєму рішенні (у справі про гарантії депутатської недоторканності) від 26 червня 2003 року № 12-рп/2003 вказує, що “затримання треба розуміти і як тимчасовий запобіжний кримінально-процесуальний, і як адміністративно-процесуальний заходи, застосування яких обмежує право на свободу та особисту недоторканність індивіда”.

Водночас, здійснюючи дослідження юридичної природи затримання, як адміністративно-процесуального заходу який застосовується без рішення суду, слід зазначити що у вітчизняному законодавстві його поняття не розкрито. Акцентуючи на цьому увагу Конституційний Суд України, у рішенні № 10-рп/2011 від 11 жовтня 2011 року (справа про строки адміністративного затримання), доходить висновку, що: “...внаслідок адміністративного затримання відбувається короткострокове позбавлення людини свободи, право на яку передбачено у статті 29 Конституції України” (пункт 3.4 Рішення).

Юридичні підстави застосування адміністративного затримання особи регламентовані Кодексом України про адміністративні правопорушення [3]. Його положення визначають адміністративне затримання особи лише як захід забезпечення провадження в справах про адміністративні правопорушення. Зокрема, стаття 260 КУпАП [3], яка має назву “Заходи забезпечення провадження в справах про адміністративні правопорушення”, серед іншого наголошує: “У випадках, прямо передбачених законами України, з метою припинення адміністративних правопорушень, коли вичерпано інші заходи впливу, встановлення особи, складення протоколу про адміністративне правопорушення у разі неможливості складення його на місці вчинення правопорушення, якщо складення протоколу є обов’язковим, забезпечення своєчасного і правильного розгляду справ та виконання постанов по справах про адміністративні правопорушення допускаються адміністративне затримання особи... Порядок адміністративного затримання... з метою, передбаченою цією статтею, визначається цим Кодексом та іншими законами України” [3].

Разом з цим, стаття 261 КУпАП, яка має назву “Адміністративне затримання”, не містить визначення юридичного змісту цього заходу, а обмежується лише певними процедурними положеннями стосовно порядку його застосування (встановлює необхідність

складення протоколу про адміністративне затримання та визначає його зміст, тощо). Своєю чергою, стаття 262 КУпАП наголошує, що: “Адміністративне затримання особи, яка вчинила адміністративне правопорушення, може провадитися лише органами (посадовими особами), уповноваженими на те законами України” [3] та надає вичерпний перелік уповноважених органів (посадових осіб), а також визначає види адміністративних правопорушень, при вчиненні яких вони можуть застосовувати адміністративне затримання особи. При цьому, пункт 1 частини 2 статті 262 КУпАП вказує, що адміністративне затримання провадиться органами внутрішніх справ (Національною поліцією) “...також в інших випадках, прямо передбачених законами України” [3].

Аналізуючи наведені положення Кодексу України про адміністративні правопорушення потрібно констатувати, що адміністративне затримання, на відміну від затримання у кримінальному процесі (пункту 2 статті 176 Кримінального процесуального кодексу України), не визначається як винятковий тимчасовий запобіжний захід, а закріплюється лише як захід забезпечення провадження в справах про адміністративні правопорушення. Разом з цим, правом адміністративного затримання особи без рішення суду, наділяється чітко визначений перелік спеціальних суб’єктів, які можуть застосовувати його при вчиненні особою адміністративних правопорушень, а також в інших випадках, прямо передбачених законами України.

Порівнюючи аналізовані положення Кодексу України про адміністративні правопорушення з положеннями Європейської конвенції з прав людини, слід пригадати, що відповідно до підпункту “с)” пункту 1 статті 5 Конвенції, законний арешт або затримання особи здійснюються виключно “з метою допровадження її до компетентного судового органу за наявності обґрунтованої підозри у вчиненні нею правопорушення або якщо обґрунтовано вважається необхідним запобігти вчиненню нею правопорушення чи її втечі після його вчинення” [1]. При цьому пригадаємо що, як наголошується у Рішенні ЄСПЛ у справі “Бенхем проти Сполученого Королівства”, термін “правопорушення” у приписі підпункту “с)” пункту 1 статті 5 Конвенції має самостійне значення, ідентичне “кримінальному правопорушенню” закріпленому у статті 6 Конвенції, але відповідно до його загальних принципів застосування, термін “правопорушення” у окремих випадках може також поширюватися на певні види, у тому числі, і адміністративних правопорушень, які за своїм характером або суворістю покарання за них, прирівнюються або можуть бути прирівняні Європейським судом до злочинів. Зокрема, згідно з загальними принципами викладеними у Посібнику зі статті 6 Конвенції до таких “правопорушень” у окремих випадках можуть відноситися певні види військово-дисциплінарних, адміністративних, податкових, митних правопорушень тощо.

На підставі викладеного ми доходимо висновку, що є всі підстави стверджувати, що застосування примусового заходу у формі адміністративного затримання до особи, яка вчинила такий вид адміністративного правопорушення, який за своїм характером або суворістю покарання за нього, прирівнюється або може бути прирівняний Європейським судом з прав людини до злочинів, якщо мета та підстави застосування адміністративного затримання відповідають положенням підпункту “с)” пункту 1 статті 5 Конвенції, повинно кваліфікуватися як правомірне та законне, а отже не може визначатися як недопустиме втручання у право людини на свободу та особисту недоторканність, гарантоване статтею 5 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод.

#### **Список використаних джерел**

1. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод. Рада Європи; Конвенція, Міжнародний документ від 04.11.1950 р. URL: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995\\_004](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_004).
2. Конституція України. Прийнята на V сесії Верховної Ради України 28 червня 1996 р. із змінами та доповненнями. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141. Офіційний вісник України від 01.10.2010 р. № 72/1. Спеціальний випуск, стор. 15, стаття 2598.
3. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Кодекс України, Закон від 07.12.1984 № 8073-Х. Відомості Верховної Ради УРСР. 1984. № 51. стаття 1122.



**Сирохман І. В.**  
д.т.н., професор,  
**Гирка О. І.**  
к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ ТА ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ**

Вузловими питаннями сьогодення можна вважати вдосконалення способів забезпечення безпечності та якості сільськогосподарської сировини і харчових продуктів. Найбільш концентроване визначення безпечних для здоров'я споживачів можна вважати продукти, які не містять (або містять у мінімальній кількості, допустимій санітарними нормами) шкідливих речовин, що не проявляють канцерогенну, мутагенну або інші несприятливі дії на організм людини. З урахуванням специфіки екологічної ситуації у відповідних регіонах, особливо з інтенсивним використанням пестицидів та інших засобів захисту рослин, може суттєво підвищуватися рівень забруднення продуктів харчування, зокрема ксенобіотиками хімічного і біологічного походження. Прикладом можуть служити результати перевірки яблук, проведеної Міністерством сільського господарства США. З'ясувалося, що 80 % плодів містили дифеніламін (DPA), який використовують для обробітку садів у боротьбі з паршею. В Європі DPA вважається шкідливою речовиною, яка може викликати онкологічні захворювання, тому яблука із залишками дифеніламіну заборонені тут з 2012 року.

Проблематичним залишається недостатній контроль за використанням у тваринництві і птахівництві недозволених кормових добавок, консервантів, стимуляторів росту, профілактичних і лікувальних медикаментів або використання дозволених добавок та інших сполук у підвищених дозах.

За останні роки проведені чисельні дослідження науковців різних країн щодо небезпечності токсичних речовин, які мігрують у продукти харчування з харчового обладнання, посуду, інвентаря, тари, упаковок внаслідок використання недозволених полімерних, гумових і металевих матеріалів.

Порушення режимів коптіння, запікання, смаження та інших приводить до накопичення в харчових продуктів ендогенних токсичних сполук, а недотримання санітарних норм у технології виробництва і зберігання харчових продуктів сприяє утворенню бактеріальних токсинів, як, наприклад, мікотоксинів, ботулінотоксинів та інших.

У деяких країнах в якості відбілюючого агента для приготування тіста використовують азодикарбонамід E 927a, який надає хлібобулочним виробам рівномірну пористість й привабливий білий колір. Медики вважають, що E 927a провокує розвиток астми і є алергеном. У країнах Євроосоюзу, Австралії, Україні його використання в хлібопекарній промисловості заборонено. Деякі ресторани швидкого харчування в США, включаючи Subway і Wendy's, публічно оголосили, що припинили використовувати азодикарбонамід після того, як у суспільстві почали обговорювати шкоду цієї речовини під час вживання в їжу (09.07.2019).

Безпечність харчових продуктів вважають ключовою складовою більш широкого поняття їх якості. Водночас, у відповідності з позицією Комісії Кодекс Аліментаріус, за останній час прийнято розглядати роздільно поняття безпечності і якості харчових продуктів завдяки ключовому значенню безпечності.

Проблемою безпечності на міжнародному рівні займається цілий ряд організацій, в числі яких найбільш авторитетною вважається створена на базі Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН (ФАО) програма з розробки і впровадженню систем попередження надзвичайних ситуацій у сфері харчової безпеки (Emergency Prevention System for Food Safety, FAO EMPRES Food Safety). Ця програма є фундаментальним компонентом

більш широкої рамочної стратегії ФАО з управління кризовими ситуаціями в харчовому ланцюгу (FCC – FAO’s Food Chain Crisis Management Framework), яка використовує комплексний інтегрований підхід, що враховує всі загрози в харчовому ланцюгу від виробництва до споживання, включаючи розгляд проблем здоров’я тварин, захисту рослин і безпечності харчових продуктів. Цією організацією розроблений стратегічний план, направлений на надання ефективної допомоги країнам у побудові й поліпшенні систем швидкого реагування в сфері харчової безпеки та розробку програм співробітництва і партнерських взаємодій на регіональних і міжнародних рівнях, підтримку ініціатив й пілотних проектів.

Закон України “Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів” (№ 771/97) від 23.12.1997 р. регулює відносини між органами виконавчої влади, операторами ринку харчових продуктів та споживачами харчових продуктів і визначає порядок забезпечення безпечності та окремих показників якості харчових продуктів, що виробляються, перебувають в обігу, ввозяться (пересилаються) на митну територію України та/або вивозяться (пересилаються) з неї. В ньому встановлено, що безпечним харчовим продуктом вважається такий, який “не справляє шкідливого впливу на здоров’я людини та є придатним для споживання”.

За ініціативою ООН, з метою посилення зусилля людства для забезпечення безпечного харчування, 7 червня 2019 р. вперше відзначено Всесвітній день безпечності харчових продуктів. Це вкрай важливо, оскільки приблизно 600 млн. людей у світі щорічно захворюють унаслідок вживання зараженої їжі й 420 тис. із них помирають після вживання їжі, забрудненої бактеріями, вірусами, паразитами або хімічними речовинами. Небезпечні продукти харчування також перешкоджають розвитку в багатьох країнах з низьким і середнім рівнем доходів, які втрачають приблизно \$ 95 млрд. продуктивності через хвороби, інвалідність та передчасну смерть працівників.

Важливо враховувати, що темою Всесвітнього дня безпеки харчових продуктів 2019 року стало те, що безпека харчових продуктів – це справа кожного. Його завдання – загострити увагу і підштовхнути до дій, щоб допомогти попередити, виявити ризики харчових інфекцій і боротися з ними, сприяючи тим самим продовольчій безпеці, громадському здоров’ю, розвитку сільського господарства, доступу на ринок, туризму і сталому розвитку.

Особливе місце займає контроль безпечності продуктів харчування заради споживачів, які мають право вимагати безпечних і корисних для здоров’я продуктів. При цьому необхідно продумати систему інвестування в навчання споживачів питання безпечності харчових продуктів, що потенційно може знизити поширення харчових інфекцій і дозволить отримувати суттєву економію затрат на лікування коштів. Заслужує на увагу теза, що споживачі повинні отримати можливість і право робити здоровий харчовий вибір для себе і підтримувати стійкі продовольчі системи заради планети в цілому.

#### **Список використаних джерел**

1. Сирохман І. В., Гирка О. І., Калимон М.-М. В. *Безпечність і якість харчових продуктів*. Львів: Видавництво “Растр-7”, 2019. 396 с.
2. Сирохман І. В., Гирка О. І., Калимон М.-М. В. *Сучасні досягнення харчової науки*. Львів: Видавництво “Растр-7”, 2018. 508 с.

## СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ

### СЕКЦІЯ “ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО”

**Куцик П. О.**  
ректор, професор,  
**Процикевич А. І.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

#### **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА РИНКУ ІТ-ПОСЛУГ**

Інформаційні технології є сукупністю методів, технологічних процесів та знань, які в поєднанні з програмно-технічними засобами та відповідним апаратним забезпеченням призначені для формування, опрацювання і використання інформації та баз даних в цілях створення (забезпечення) позитивного ефекту для замовника (споживача) інформаційних технологій.

Одним з головних сегментів інформаційних технологій є сектор ІТ-послуг, де об'єктом виступають послуги у сфері інформаційних технологій, які створюються представниками цього сектора та споживаються їх замовниками – суб'єктами господарювання різних форм власності та організаційно-правових форм у всіх сферах суспільного життя. Процес створення і впровадження ІТ-послуг супроводжується набором чітких вимог щодо їх якості та комплексом технічних характеристик. Їх ключове призначення – підвищення ефективності бізнес-процесів, а також внутрішніх та зовнішніх параметрів ефективності господарювання [1, с. 154-158].

Відповідно, до головних особливостей ІТ-послуг, які також позначаються і на особливостях регулювання їх ринку, відносяться:

- поєднання методів, програмно-технічних засобів та апаратного забезпечення;
- узгодженість в часі технічного завдання, процесу виробництва (створення) послуги, її надання та відповідності поточному стану функціонування розвитку споживача послуги;
- високий рівень вимог щодо якості і технічних параметрів послуг, їх подальшої “підтримки”;
- зорієнтованість послуг на удосконалення бізнес-процесів, підвищення ефективності замовника (споживача) послуги;
- висока залежність активності створення і споживання послуг від їх інвестиційного забезпечення.

Ринок ІТ-послуг є сукупністю відносин між суб'єктами, які створюють (підприємства – розробники (постачальники) ІТ-послуг, фахівці, що самостійно розробляють ІТ-послуги, ІТ-консультанти, суб'єкти ІТ-аутсорсингу, зберігачі баз даних та електронної інформації; ІТ-служби підприємств та організацій, ІТ-інвестори), та суб'єктами, які споживають ІТ-послуги (суб'єкти господарювання всіх видів економічної діяльності та секторів економіки; інноваційно та технологічно орієнтовані підприємства; суб'єкти, що створюють (розвивають) нові ринку, аутсорсери, суб'єкти сектору комутаційних технологій, зовнішні замовники; суб'єкти державного та некомерційного секторів, фізичні особи та громадяни). При цьому, обсяги ринку та активність його суб'єктів визначаються умовами бізнес-середовища, інвестиційним і фінансово-ресурсним забезпеченням; на ключові параметри і характеристики ринку впливає його інфраструктура і стан конкуренції; ефективність функціонування і раціональність структурних характеристик визначаються системою регулювання ринку ІТ-послуг з її формальною, неформальною та організаційною

складовими [2, с. 79-94].

Налагодження інвестиційних процесів на ринку ІТ-послуг дозволяє формувати та ефективно використовувати доступні інвестиційні ресурси в цілях його розвитку та забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів ринку. Спостерігаються різні підходи до трактування сутності інвестиційних процесів (як реалізація інвестиційного проекту, як взаємодія суб'єктів інвестиційної діяльності, як безпосереднє інвестування, як взаємозв'язки між інвестиційною діяльністю та інвестиційним ринком). Втім, в цілях реалізації ефективної державної політики на ринку ІТ-послуг, інвестиційний процес необхідно розглядати як макроекономічну систему відносин щодо формування, залучення і використання інвестицій на ринку ІТ-послуг, реалізації інвестиційних проектів суб'єктами ІТ-бізнесу.

Системний підхід до розуміння інвестиційного процесу висуває на чільне місце усвідомлення його типології, що, своєю чергою, позначається й на застосовуваних інструментах і засобах державної інвестиційної політики у цій сфері. Встановлено, що особливості інвестиційних процесів на ринку ІТ-послуг передусім визначаються за такими класифікаційними ознаками як рівень в ієрархії управління економічними процесами, об'єкти інвестування, стадії інвестиційної діяльності, методи і засоби державного регулювання інвестиційної діяльності, джерела формування інвестиційного ресурсу [3, с. 240-261].

Таким чином, активізація та забезпечення належної ефективності інвестиційних процесів на ринку ІТ-послуг об'єктивно потребують державного управління ними, що реалізується через відповідні механізми державного регулювання. Водночас, перелік та властивості застосовуваних механізмів не є чітко регламентованими і залежать від стану ситуації на ринку, сформованості системи його інвестиційного забезпечення, поточних цілей і завдань державної політики. З огляду на це, ефективне державне регулювання в цій сфері опирається на гнучкий набір і поєднання механізмів, інструментів, важелів, засобів, заходів та інших елементів механізму регулювання, а також відповідного управлінського блоку.

#### **Список використаних джерел**

1. Куцик П. О., Процикевич А. І. Система інвестиційних процесів на ринку ІТ-послуг та методичні засади їх державного регулювання. *Бізнес-інформ.* 2017. № 10. С. 154-158.
2. Лупак Р. Л. Напрями реалізації потенціалу сектору інформаційно-комунікаційних технологій в контексті забезпечення якісних характеристик функціонування внутрішнього ринку та розвитку інформаційного суспільства в Україні. *Галицький економічний вісник.* 2019. Том 60. № 5. С. 79-94.
3. Теоретико-методичні засади та прикладні механізми державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі : монографія / П. О. Куцик, М. Ю. Барна, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак та ін. [за ред. Куцика П. О., Васильціва Т. Г.]. Львів : в-во ЛТЕУ, 2016. 426 с.

**Алопій В. В.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЗВ'ЯЗКІВ ТОРГІВЛІ І ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Внутрішня торгівля, як багатофункціональна соціально-економічна система національної економіки займає особливе місце в структурі ринкових відносин і зв'язків. Вона перебуває у різносторонніх зв'язках і відносинах зі сферами матеріального виробництва і споживання, фінансовим сектором, галузями інфраструктурного забезпечення, а також інститутами міжнародного економічного обміну. Широкий діапазон зв'язків торгівлі виражається у сукупності економічних, соціальних, організаційних, технологічних, зовнішньоекономічних відносин, які реалізуються в процесі виконання торгівлею своїх функцій. Однак, процес реалізації зазначених відносин характеризується у значній мірі деформаціями, диспаритетом, фрагментарністю і, відповідно, малоефективністю. Як наслідок, на стику міжгалузевих інтересів

виникають суттєві неув'язки: вплив торгівлі на вітчизняне виробництво і формування товарних ресурсів малопомітне, посилюється експансія імпорту товарів, порушені балансові ув'язки виробництва, торгівлі і сфери споживання. Все це негативно відображається на макроекономічну динаміку і діяльність внутрішньої торгівлі та пов'язаних з нею галузей.

Суттєво знижуються темпи розвитку роздрібного товарообороту, спостерігається скорочення частки товарів, спрямованих на проміжне споживання торгівлі галузями матеріального виробництва, критичного рубіжа (50 %), досягли імпортні товари в товарообороті, а в сегменті непродтоварів близько 70 %.

Міжгалузеві зв'язки і відносини забезпечують взаємодію торгівлі з галузями, секторами і сферами економіки в процесі виробництва, обміну і споживання. Центральне місце займають зв'язки, які виражають відносини обміну в товарно-грошовій формі, оскільки "... само виробництво не існує без обміну" [с. 45]. Крім того різноманіття видів товарних і нетоварних зв'язків забезпечують реалізацію соціально-економічних, організаційних, технологічних та інших відносин [2 с. 80-82].

Система зв'язків торгівлі має три рівня:

–низовий рівень охоплює зв'язки і відносини, які забезпечують взаємодію первинних суб'єктів господарської діяльності. Тут домінують господарські зв'язки;

–для середнього рівня характерно сукупність зв'язків і відносин, що забезпечують взаємодію і функціонування галузей, підгалузей, секторів, сфер економіки, сегментів ринку, тобто такі зв'язки мають міжгалузевий характер.

–вищий рівень – це зовнішньо економічні зв'язки і відносини. Вони забезпечують імпорт, експорт, інвестиції і інші види міжнародного співробітництва.

Таким чином, міжгалузеві зв'язки відносяться до середнього – мезорівня. У свою чергу цей рівень має декілька порядків:

–зв'язки першого порядку характеризуються переважно товарним характером і виражають відносини економічного обміну між торгівлею і галузями товарного виробництва;

–зв'язкам другого порядку притаманні соціально-економічний зміст. Вони забезпечують взаємодію торгівлі і сфери споживання, з метою задоволення матеріальних потреб споживачів і соціальної орієнтації торгівлі. У такому ж статусі "... торгівля починає більш повно і послідовно представляти інтереси споживання і споживачів, виражати їх в специфічній формі дії економічних важелів на виробництво" [3 с. 5];

–зв'язки третього порядку спрямовані на реалізацію організаційних відносин в процесі створення інтеграційних систем за участю торгівлі, кооперативних формувань, а також концентрації, форматизації мереж, спеціалізації торгівлі;

–зв'язки четвертого порядку мають специфічну функцію технологічного характеру тобто узгодження інтересів галузей і торгівлі відносно технологій виробництва, упаковки, розфасовки, торообладнання, режимів перевозок і зберігання, комп'ютерних технологій, способів споживання та інші. Йдеться про створення ефективних наскрізних технологічних процесів від виробництва до споживання;

–зв'язки п'ятого порядку різноманітні за змістом і формами. Основна їх функція полягає в інфраструктурному забезпеченні діяльності торгівлі. Йдеться про матеріальне, транспортне, фінансове, інформаційне, кадрове забезпечення.

Попутно зауважимо, що до цього блоку можна віднести також зв'язки інституціонального забезпечення функціонування системи внутрішньої торгівлі.

Система зв'язків торгівлі і сфер матеріального виробництва формується безсистемно, деформовано і проблематично. Серед багатьох проблем такого стану слід виділити три основні.

Перша проблема зниження активної ролі внутрішньої торгівлі у формуванні і розвитку міжгалузевих зв'язків полягає у тому, що її провідна підсистема – оптова торгівля, як інститут взаємодії і впливу на виробництво, апарат обміну і розподілу товарних ресурсів, організатор зв'язків і регулятор оптового ринку в значній мірі зруйнована. На зміну цілісної системи оптової торгівлі оптимально побудованої і раціонально територіально розміщеної з'явилися чисельні дрібні оптові об'єкти ізольовано функціонуючі: малопотужні, які об'єктивно неспроможні

виконувати складні функції оптових підприємств в сучасних умовах. Таким чином, гостро стоїть завдання відновлення і реструктуризації оптової торгівлі шляхом суттєвого звуження дрібного опту, стимулювання розвитку логістичних складських центрів. Повнофункціональних універсальних і спеціалізованих оптових торговельних та оптово-закупівельних без регіонального і міжрегіонального значення спроможних активно вплинути на виробництво, гарантувати збут, акумулювати товарні ресурси і довести їх до роздрібних мереж.

Друга проблема малоефективної взаємодії торгівлі і галузей товарного виробництва це відсутність дійових механізмів регулювання між галузевих зв'язків. Насамперед, не діє механізм еквівалентного обміну, відповідно до якого розподіл доходів між галузями повинен здійснюватися пропорційно їх внеску в кінцевий продукт. Інший механізм – організаційно-правовий також слабо функціонує, оскільки “розірвана” організаційна структура галузей і застаріла нормативно-правова база регулювання міжгалузевих зв'язків: відсутній Закон України “Про внутрішню торгівлю”, скасовано “Положення про поставку товарів широкого вжитку” і “Положення про поставку продукції виробничого призначення”, “Особливі умови поставки” норми, нормативи, правила та інші нормативні акти. Як результат, взаємовідносини і міжгалузеві зв'язки регулюються фрагментарно і ситуативно, а не системно.

Третя проблема пов'язана з малоефективною державною політикою активізації вітчизняного товарного виробництва і обміну. Як результат під натиском експансії імпорту обсяги товарних ресурсів вітчизняного виробництва в товарообороті зменшуються, відсутня балансова ув'язка між потребами внутрішнього ринку, виробництвом, імпортом і платоспроможністю населення.

В цілому формування сучасної системи зв'язків торгівлі і виробництва набувало характер особливо масштабної і складної проблеми, вирішення якої можливо в сумісними зусиллями науки, практики і органів державного управління.

#### **Список використаних джерел**

1. Гриценко А. А. *Розвиток форм обміну, вартості та грошей: наукове видання*. К. : Вид-во “Основа”, 2005. 187 с.
2. Анопій В. В. *Внутрішня торгівля та АПК України: монографія*. Львів : Вид-во ЛКА, 2007. 368 с.
3. Орлов А. В. *Межотраслевые связи торговли*. М. : Изд-во “Экономика”, 1975. 70 с.

**Міценко Н. Г.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Малі підприємства функціонують у непростих умовах внаслідок поєднання дії зовнішніх та внутрішніх чинників впливу. Незважаючи на переваги, притаманні малим підприємствам на ринку, реалії їх нинішнього стану (неналежний рівень техніко-технологічної бази, низька якість менеджменту, відсутність досвіду зовнішньоекономічної діяльності, нестача фінансових ресурсів) обмежують можливості виходу на зовнішній ринок. Основними передумовами розвитку зовнішньоекономічної діяльності малих поліграфічних підприємств є наявність фінансових ресурсів, достатніх для модернізації виробництва та виготовлення якісної та конкурентоспроможної продукції, а також інформаційне забезпечення зовнішньоекономічної діяльності.

Забезпечення малих поліграфічних підприємств фінансовими ресурсами, достатніми для організації їх експорту, потребує активізації підтримки та допомоги з боку держави:

- розробки економічно обґрунтованої програми науково-технічного розвитку галузі;
- запровадження засобів непрямого фінансування (пільгове оподаткування перспективних розробок поліграфічного устаткування, витратних матеріалів для

поліграфічної промисловості; надання тимчасових податкових та валютних преференцій малим поліграфічним підприємствам, що здійснюють інноваційну діяльність; формування виваженої амортизаційної політики);

– дотримання пільгової митної політики щодо технічних засобів та витратних матеріалів, які не виробляються в Україні, оскільки їх імпорт сягає 80%; дотримання митної дисципліни для запобігання ввезення контрабандної друкованої продукції;

– сприяння розвитку інноваційної та інформаційної інфраструктури: з врахуванням невеликого розміру галузі економічно доцільними є організація науково-технічних інформаційних центрів на основі існуючих науково-дослідних галузевих організацій, податкове стимулювання створення венчурних фондів та інноваційних бізнес-інкубаторів;

– фінансової підтримки системи галузевої освіти та підвищення кваліфікації виробничого та управлінського персоналу згідно потреб галузі; стимулювання співробітництва університетської науки і підприємств;

– розвитку ефективної системи захисту інтелектуальної власності, яка включатиме сукупність адміністративно-правових, програмно-технічних, економічних інструментів та організацій, що забезпечують їх ефективне використання [1].

Погоджуємося з точкою зору І. Манаєнка та І. Просяник, що “...вітчизняному товаровиробнику, перш за все, потрібно покращити якість продукції, яка б відповідала потребам та вимогам споживачів, стандартам якості. Вирішення цієї проблеми має розпочатися з оновлення застарілого обладнання, ефективної організації виробничого процесу, підвищення кваліфікації робітників. Реалізація вищезазначеного можлива лише за умови вкладення капіталу, впровадженні сучасних інноваційних розробок” [2, с. 13].

Оскільки ринок поліграфічної продукції швидко розвивається під впливом проникнення цифрових технологій, провідні вітчизняні суб’єкти в сфері поліграфії вкладають значні кошти у модернізацію техніко-технологічної бази і тому в багатьох містах України з’явилися такі надсучасні поліграфічні машини, як індустріальні системи друку та ЦПМ з додатковими можливостями; ЦПМ Xerox Iridesse Production Press; Konica Minolta AccurioLabel, Ricoh 9200; Ricoh в конфігурації з постдруковим модулем Plockmatic; машина для цифрового облагороджування поліграфічної продукції MGI JetVarnish 3DS & iFoil-S та ін. Особливістю цифрового обладнання є те, що воно не потребує великих площ, значної чисельності персоналу та його високої кваліфікації порівняно з офсетним друком, особливо, якщо розглядати малотиражну продукцію до 500 аркушів. Сервісне обслуговування, зазвичай, здійснює постачальник обладнання, він же постачає й витратні матеріали. Таким чином, виникає кілька джерел економії ресурсів та оптимізації діяльності поліграфічних підприємств, які можуть суттєво вплинути на витратомісткість продукції та її ціну, не говорячи вже про якість.

Таким чином, невід’ємним напрямом ефективного розвитку поліграфічних підприємств є інвестиційна діяльність. Обсяг інвестування залежить від різних факторів, насамперед, від забезпеченості джерелами фінансування – власними, залученими, позиковими. Вивчення статистичних даних свідчить, що обсяги інвестицій в основний капітал видавничо-поліграфічних підприємств у 2014-2018 рр. щорічно зменшувалися: в 2014 р. вони склали 502,3 млн.грн, у 2015 р. – 502,0 млн.грн, у 2016 р. – 499,8 млн.грн, у 2017 р. – 498,2 млн.грн, у 2018 р. – 497,8 млн.грн. Якщо ж говорити про малі поліграфічні підприємства, то вони суттєво обмежені у фінансових ресурсах, адже розраховують переважно на власний капітал, а ставки кредитів вітчизняних банків надто високі. Разом з тим, дуже часто малі підприємства не намагаються знайти вихід з такої ситуації та не володіють необхідною в цьому випадку інформацією. Наголосимо, міжнародні фінансові організації надають пільгові кредити зі ставкою 15-20%.

Яскравим прикладом є українська друкарня “Домен-Друк”, яка спромоглася підвищити експортні продажі, потрапити на чотири нових ринки та значно збільшити оборот (на 30%) внаслідок зусиль ЄБРР та фінансової підтримки з боку Європейського Союзу в рамках ініціативи “EU4Business”. Цей проект допоміг компанії стати помітним учасником

Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі із ЄС.

Компанія “Домен-Друк”, заснована у Львові понад 10 років тому, є відомим виробником паперової етикетки, самоклеючої етикетки та картонної тари для провідних виробників продуктів харчування та фармацевтичної продукції. Незважаючи на міцну позицію на ринку, керівництво компанії зіткнулося з багатьма проблемами через жорстку конкуренцію на українському ринку, девальвацію національної валюти та економічну і політичну нестабільність. ЄБРР допоміг компанії налагодити зв'язки з координатором британської групи та консультантом з міжнародного управління з Туреччини, що спеціалізується на управлінні товарообігом та інтернаціоналізації. Тісно співпрацюючи з керівництвом компанії, консультативна група: допомогла компанії із перевіркою та перепрофілюванням портфелю продукції для досягнення результатів у обраних сегментах ринку; допомогла реорганізувати структуру управління компанією; надала підтримку щодо впровадження нових технологій та виробничих процесів, що уможливило створення високотехнологічних розробок та готової продукції; сприяла розробці стратегії розвитку та п'ятирічного бізнес-плану відповідно до бачення компанії та її місії; впровадила збалансовану систему показників та відповідних ККЕ з реальними планами дій, які дозволяють компанії реалізовувати та контролювати стратегію та план дій; розробила план стимулювання збуту, приділяючи увагу зміцненню управління продажами для виходу на обрані експортні ринки. Як наслідок, компанія “Домен-Друк” потрапила на нові ринки прямого експорту в чотирьох різних країнах та підписала 12 угод на загальну суму понад 2,7 млн євро, що складає 30% її річного обороту. Нове обладнання призвело до впровадження семи нових високотехнологічних продуктів.

Таким чином, вихід малих підприємств на зарубіжні ринки потребує, передусім, їх активної позиції у пошуку джерел інвестиційних ресурсів для модернізації техніко-технологічної бази задля випуску інноваційної та конкурентоспроможної продукції.

#### **Список використаних джерел**

1. Сухорукова О. А. *Стан та особливості зовнішньоекономічної діяльності книжкових видавництв України. Економіка та суспільство. 2019. № 20. С. 400–409.*
2. Манаєнко І. М., Просяник І. В. *Особливості зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 18(3). С. 11-15.*

**Міщук І. П.**  
д.е.н., професор  
**Гадада В. Г.**  
аспірант,  
**Міщук А. І.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІННОВАЦІЇ ТА ЛОГІСТИКА В МЕРЕЖЕВИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ КОМПАНІЯХ**

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні під впливом загострення конкуренції на товарних ринках, активної інтервенції зарубіжних торговельних компаній, змін в смаках і уподобаннях споживачів вітчизняні торговельні підприємства постають перед необхідністю зміцнення власних позицій за рахунок впровадження різноманітних інновацій. Найбільш помітними серед них є розгортання мережових форм організації торговельного бізнесу, використання торговельними підприємствами сучасних інформаційних технологій, комп'ютеризація логістичних процесів розподілу товарів і розгортання логістичного аутсорсингу. Найбільш активно інновації впроваджують мережеві торговельні компанії, організація діяльності та управління в яких базується на впровадженні єдиної корпоративної бізнес-технології, яка передбачає: – створення корпоративної інформаційної системи та централізацію процесів управління; – стандартизацію та інтеграцію процедур руху потоків товарів; – використання



інформаційних технологій як інструмента управління взаємодією торговельного підприємства з партнерами в ланцюгах постачань; – створення мережі власних логістичних терміналів та впровадження систем автоматизованого управління складськими процесами в них; – автоматизацію бізнес-процесів та використання передових технологій управління потоками товарів, фінансів, інформації; – використанням власної системи оцінювання ефективності діяльності за основними бізнес-процесами, мінімізації загальних витрат і досягнення синергічного ефекту.

Навіть побіжний аналіз зазначених елементів засвідчує досить тісний зв'язок напрямів інноваційного розвитку мережевих торговельних компаній з їх логістичною діяльністю, яка охоплює всю сукупність інтегрованих процесів планування, організації, реалізації і контролю взаємопов'язаного комплексу матеріальних, інформаційних та інших потоків між торговельним підприємством і його постачальниками, всередині торговельного підприємства та між підприємством торгівлі і його споживачами, що організаційно поєднуються в межах системи логістики мережевої торговельної компанії.

В цьому контексті цікавою видається пропозиція О. Рижової виділяти поняття мережевої торговельної логістики, що характеризується зміною підходів, змісту логістичної діяльності, переходом до якісно відмінних концепцій, організаційних форм і прикладного інструментарію управління логістикою на засадах забезпечення цілісності системи та прагнення реалізувати задану цільову функцію [1, с. 4].

Ключовими передумовами реалізації принципів логістики в межах мережевої моделі організації торговельного бізнесу є використання сучасних технологій управління логістичними потоками в поєднанні з автоматизацією бізнес-процесів та оптимізацією технологічних процесів руху товарного потоку на засадах детальної регламентації кожної логістичної операції, формулювання корпоративних стандартів і процедур їх виконання.

Особливо виразно спільність інновацій і логістики проявляється у випадку провадження мережевою торговельною компанією власної електронної торгівлі, за якої взаємодія з покупцями та організація доставки їм товарів покладається на службу логістики або ж забезпечується на засадах логістичного аутсорсингу.

#### **Список використаних джерел**

1. Рижова О. А. *Логистические системы розничных торговых сетей : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. экон. наук : спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т. ч. логистика)". Саратов, 2012. 24 с.*

**Міщук І. П.**  
д.е.н., професор,  
**Демчук С. В.**  
аспірант,  
**Бондаренко А. В.**  
магістрант  
Львівський торговельно-економічний університет

## **РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ ВЗУТТЯМ В УКРАЇНІ**

На сучасному етапі розвитку економіки України споживчий ринок характеризується високим рівнем насиченості продовольчими та непродовольчими товарами, стабільним постачанням, що разом із підвищенням купівельної спроможності населення закріплює позитивну тенденцію зростання обсягу роздрібного товарообігу. Зважаючи на важливість та гарантовану відновлюваність задоволення потреб споживачів у взуттєвих товарах, для роздрібних торговців важливо правильно визначати потенціал та перспективи розгортання торговельної діяльності за обраним напрямом торговельної спеціалізації. За даними Державної служби статистики України, загалом по Україні на 1.01.2019 р. спеціалізовану торгівлю взуттям (і шкіряними виробами) здійснювали лише 152 спеціалізованих магазини

підприємств роздрібної торгівлі-юридичних осіб, при тому, що їх торгова площа становила 35402 кв.м (середній розмір такого магазину складав 232,9 кв.м), що складало в середньому 6 спеціалізованих магазинів даного товарного профілю в розрахунку на одну область. Це дозволяє стверджувати, що дана ніша на споживчому ринку з торгівлі взуттям практично не зайнята торговцями-юридичними особами і вся основна конкуренція тут відбувається між приватними торговцями.

До того ж, аналіз інформації щодо обсягів роздрібної торгівлі даною товарною групою свідчить, що реалізація взуття в Україні у роздрібній торгівлі у 2018 р. характеризувалася дуже низьким показником – 6155,0 млн. грн (менше 1% загального роздрібно-товарообороту), з яких лише 4,2% (257,7 млн. грн) склали товари, вироблені на території України [2]). Серед регіонів, у яких частка продажу вітчизняного взуття є найменшою, виділяються (рис.1) Харківська, Івано-Франківська, Львівська, Чернівецька області, в яких основна частина (96-97%) товарів даної групи для реалізації завозиться з-за кордону і досить часто – на основі застосування інноваційних моделей організації бізнесу, що базуються на взаємодії суб'єктів великого та дрібного торговельного підприємництва.

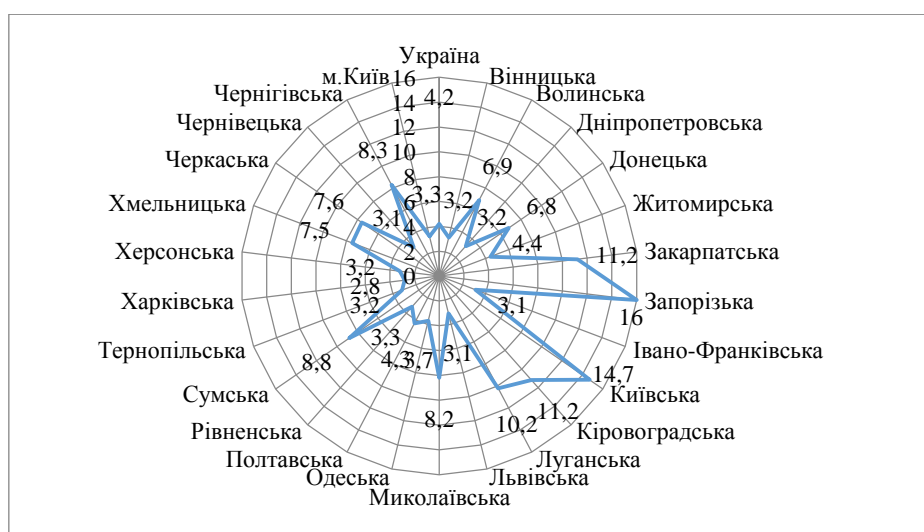


Рис. 1. Частка взуття вітчизняного виробництва в загальних обсягах реалізації товарів даної групи за регіонами України у 2018 р.

Мається на увазі, що використовуючи можливості застосування в торговельному бізнесі сучасних інформаційних технологій, комп'ютерної техніки, інших засобів обробки й обміну інформацією, лідери торговельного бізнесу активно розвивають нові типи організаційних структур, які отримали назву мережевих і основною ідеєю яких стали прямі комунікаційні канали між відносно рівноправними партнерами. Мережева організація є ідеальним організаційним типом, що характеризується структурою вільно зв'язаної мережі принципово рівноправних і незалежних партнерів. Одним із проявів мережевої організації є франчайзингова система, яка стала тим остовом сучасного бізнесу, на якому тримається і зміцнює свою конкурентоспроможність торговельна компанія ЗАО ТД "ЦентрОбувь" (РФ) і в межах якої забезпечується організаційний розвиток мережі магазинів "Sandalino" як багаточисельної підприємницької мережі, що провадить торговельну діяльність на території України, реалізуючи виготовлене в Китаї взуття.

Суть франчайзингової системи полягає в посиленні інтеграційної взаємодії суб'єктів великого бізнесу і середнього чи малого підприємництва шляхом використання можливостей укладання договорів франчайзингу, за яким велика компанія (франчайзер) передає певному партнеру (франчайзі) право на продаж продукту і послуг цієї компанії; франчайзі зобов'язується продавати цей продукт чи послуги за заздалегідь визначеними умовами і правилами ведення бізнесу, які встановлює франчайзер. В обмін на здійснення всіх цих

правил франчайзі одержує дозвіл використовувати ім'я компанії, її репутацію (гудвіл), продукт та послуги, маркетингові технології, експертизу і механізми підтримки.

Специфіка реалізації ідеї франчайзингової взаємодії в моделі бізнесу, яку впровадив один з лідерів спеціалізованої торгівлі на теренах т.зв. СНД, базується на додатковому залученні до процесів організації та управління торговельною діяльністю її субфранчайзера в Україні – мережевої торговельної компанії, зареєстрованої як електронний магазин “Sandalino” [2], що через Департамент територіального розвитку та корпоративний логістичний центр забезпечує взаємодію з приватними підприємцями, які здійснюють власне роздрібну торгівлю в “off line”-режимі через спеціалізовані взуттєві магазини з аналогічною назвою. Судячи з процесу бурхливого розгортання мережі спеціалізованих магазинів під цим брендом в західному регіоні України, така ділова стратегія забезпечує основному засновнику достатній економічний ефект. В той же час, для вітчизняних суб'єктів середнього і дрібного торговельного підприємництва застосування зазначеної організаційної схеми є вигідним завдяки долученню до конкурентної торговельної мережевої компанії з високими стандартами торговельної діяльності, встановленими франчайзером і закріпленими у відповідному договорі, для чого франчайзі надаються комплект організаційно-правових документів, котрі стосуються асортименту товарів, якими торгує мережа магазинів взуття “Sandalino”, нормативно-правових документів з виробництва товарів і захисту прав споживачів, організації наймання і навчання торгового персоналу, а для безпосереднього процесу роздрібно торгівлі взуттям та іншими передбаченими асортиментною матрицею (“мерчбук”) товарами надається внутрішньокорпоративний Стандарт мерчендайзингу з проектно-технологічними рішеннями щодо стандартизації розмірів торгових приміщень магазинів, варіантів їх технологічного планування, зонування, оснащення торговими меблями, іншим обладнанням (все обладнання для оснащення торгового залу, ЕККА, комп'ютерна техніка й відповідне програмне забезпечення для реалізації всіх бізнес-процесів роздрібно торгівлі взуттям та іншими товарами і для управління магазином забезпечуються субфранчайзером), в той час, як постачання товарів в асортименті, представленою на веб-сайті е-магазину, проводиться з корпоративного логістичного центру. Відповідно, вся увага роздрібно торговця у даній організаційній моделі зосереджується на забезпеченні виконання їх вимог і досягненні необхідного рівня ефективності торговельної діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. *Обсяг продажу і запаси товарів у торгівій мережі підприємств.* URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. *Сайт Електронного магазину “Sandalino”.* URL: <https://sandalino.ua/ua>.

**Сибірна Р. І.**  
д.б.н., професор,  
**Хомів О. В.**  
к.е.н., доцент

Львівський державний університет внутрішніх справ

### **УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА У ПЕРСПЕКТИВІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

На сьогоднішній день вважається, що ключ до забезпечення стабільного розвитку підприємства полягає в ефективному використанні трудових ресурсів. Загалом стратегія управління трудовими ресурсами складається з визначення компетенцій, необхідних підприємству для реалізації найбільш важливих елементів стратегії, розробки загального напрямку їх розвитку.

У сучасному світі використовується три основні моделі управління трудовими ресурсами підприємства. Це класичні американська та японська моделі, а також модель ЄС. Кожна з них характеризується своїми особливостями, а також запозичує окремі елементи

інших моделей. Хоча, за основною орієнтацією, американська модель націлена на індивідуалізм, а японська – на колективізм. Європейській моделі теж притаманні свої певні особливі ознаки [1, 2].

Так, в управлінні трудовими ресурсами США застосовуються найдоцільніші системи оплати праці, регулярна атестація персоналу з метою кар'єрного росту, оцінка ефективності організації праці. Останнім часом широко впроваджується система "Pay for Performance" – "плата за виконання". Вона базується на системах гнучкої та змінної оплати праці [3]. А управлінська діяльність опирається на механізм індивідуальної відповідальності, оцінку персональних результатів та розробку кількісних виражень цілей, які мають, зазвичай, короткотерміновий характер.

Японська практика управління трудовими ресурсами базується на гнучкій системі групової, колективної відповідальності за кінцеві результати роботи. При цьому першочергово визначаються сильні та слабкі сторони кожного працівника. Крім того, як вищі посадові особи, так і рядові виконавці, переконливо вважають себе представниками корпорації, беруть активну участь в організаційних рішеннях, що, у свою чергу, забезпечує позитивний психологічний клімат у колективі [3]. Відповідно, така система управління трудовою діяльністю є колективістською, інноваційно-орієнтованою, соціально-спрямованою, централізованою, самоконтрольованою [1].

Управління виробництвом у Німеччині передбачає залучення до наглядових рад фірм як представників капіталу, так і найманих працівників, існування "робітника-директора", а також виробничі ради, до складу яких входять робітники підприємства. При цьому максимум уваги приділяється перепідготовці працівників за відповідними програмами.

На підприємствах Франції, в умовах жорсткої конкуренції, переважна увага надається постійній перепідготовці персоналу та підвищенню знань працівника.

На півночі Італії більшість підприємств впроваджують американську систему управління персоналом. На півдні країни управління трудовими ресурсами здійснюється без визначеної системи. При цьому надається перевага адміністративним методам управління [4, с. 95-98; 5].

На жаль, вітчизняні підприємства та організації за багатьма ознаками поступаються іноземним, а, отже, наша система управління трудовими ресурсами, зокрема, у контексті захисту прав працівників вимагає ефективних змін щодо чіткого дотримання існуючих правових норм у цій царині.

Отже, сучасна стратегія управління трудовими ресурсами в Україні, окрім виконання таких функцій як організаційна (планування потреб і джерел комплектування персоналу), соціально-економічна (забезпечення комплексу умов і факторів, спрямованих на раціональне закріплення й використання трудового потенціалу), відтворювальна (забезпечення розвитку персоналу), потребує відповідного реформування з точки зору трудового законодавства, що у значній мірі обумовлюється євроінтеграцією України та увідповідненням чинного законодавства зі стандартами Європейського Союзу. Зміна концептуальних підходів до управління трудовими ресурсами підприємства дозволить здійснити систематизацію законодавчих актів у цій системі.

Основні завдання щодо удосконалення стратегії управління трудовими ресурсами на сьогодні повинні включати:

- ефективне використання трудового потенціалу робітників;
- забезпечення підприємства висококваліфікованими та зацікавленими працівниками;
- стимул до найбільш повного задоволення працею за рахунок врахування персональних побажань;
- розвиток та підтримання якості життя – відчуття значущості власного вкладу працівника в ефективну діяльність підприємства;
- забезпечення дисципліни;
- покращення умов оплати праці та стимулювання працівників;
- постійне удосконалення форм та методів управління кадрами на основі

впровадження сучасних науково обґрунтованих технологій роботи з персоналом, уніфікація документації по діловодству;

– організацію захисту життя та здоров'я працівників підприємства тощо [6, с. 130; 7].

Важливе місце у системі управління трудовими ресурсами підприємства слід відводити попередженню кадрових загроз, що тісно пов'язано із забезпеченням його економічної безпеки. Так, невід'ємною складовою моделі такої безпеки є передбачення можливих впливів державних органів влади. У зв'язку з цим, обов'язковим повинно бути безумовне дотримання норм чинного законодавства. За таких умов на підприємстві, крім залучення кваліфікованих юристів, доцільно звертатись до послуг фірм, що надають професійний юридичний супровід, або до незалежних експертів, починаючи з моменту реєстрації підприємства та з підбору персоналу, які б забезпечували правовий консалтинг та регулювали взаємовідносини із контрольно-регуляторними органами. Крім цього, залучення до такої діяльності усього колективу, від керівників до рядових працівників, у значній мірі дозволить уникати можливих конфліктів у системі управління трудовими ресурсами.

Таким чином, управління трудовим потенціалом є системою взаємозалежних, організаційно-економічних та соціальних заходів із створення умов для нормального функціонування та розвитку, а також ефективного використання персоналу на підприємствах. Основними принципами удосконалення управління трудовими ресурсами підприємства повинні бути: ефективність підбору та правильне розміщення працівників; гідна та справедлива система оплати праці та система ефективної мотивації персоналу; можливість кар'єрного росту відповідно до результатів праці працівників, їх кваліфікації, здібностей, здатності до самонавчання, уміння ефективно та своєчасно діяти у кризових ситуаціях.

У діяльності системи управління трудовими ресурсами слід широко застосовувати досвід інших країн, які володіють великою кількістю ефективних тенденцій в управлінні трудовими ресурсами. Удосконалена система управління трудовими ресурсами підприємства повинна базуватися на правових засадах і потребує ефективних змін щодо існуючих правових норм, систематизації законодавчих актів та подальшого удосконалення трудового законодавства України.

#### **Список використаних джерел**

1. *Базалійська Н. П. Світовий досвід управління трудовою діяльністю персоналу в країнах з розвинутою ринковою економікою. Інноваційна економіка. 2015. № 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2015\\_1\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2015_1_26).*
2. *Ткаченко А. М. Зарубіжний досвід формування кадрового потенціалу. Вісник економічної науки України. 2015. № 1 (28). URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/87520>.*
3. *Лібусь Т. Зарубіжний досвід управління персоналом. Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання : матеріали VI всеукраїнської студентської науково-технічної конференції 25-26 квітня 2013 р. Тернопіль : ТНТУ, 2013. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/9503?locale=sv>.*
4. *Шостак Л. В., Болобан Є. О. Зарубіжний досвід управління персоналом. Приазовський економічний вісник. 2018. № 3. С. 94 - 99.*
5. *Кулик Я. О., Чен Н. О. Вітчизняний та закордонний досвід управління персоналом. Вісник Черкаського університету. 2015. № 12. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchuE\\_2015\\_12\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchuE_2015_12_14).*
6. *Пучкова С. І. Методичні підходи щодо забезпечення кадрової безпеки підприємства. Науково-методичні аспекти забезпечення економічної безпеки : монографія / за заг. ред. док. екон. наук, професора І. О. Кузнецової. Одеса : Атлант, 2013. С. 123-132.*
7. *Хомів О. В. Система взаємозв'язків об'єктів захисту складових економічної безпеки роздрібних підприємств з видами загроз. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. Вип. 20.12. URL: [https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20\\_12/284\\_Chom.pdf](https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2010/20_12/284_Chom.pdf).*

## **РОЛЬ СТРАТЕГІЇ ТА БЕНЧМАРКІНГА В УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Підприємство є складною функціональною системою і для забезпечення його конкурентоспроможності, яка нами ідентифікується як його перманентно-ітеративна стратегічна мета, і яка, у свою чергу, є також складною системною категорією, що визначається різноманітними чинниками формування його конкурентних переваг, як внутрішніми (класифікованими, наприклад, як сильні і слабкі сторони підприємства, або як ключові фактори успіху (КФУ) підприємства тощо), так і зовнішніми (класифікованими, наприклад, як можливості та загрози зовнішнього середовища підприємства, або як КФУ в галузі чи на ринку тощо), диференційованими за функціональною, процесною, ресурсною, структурною, організаційно-управлінською, процедурною та іншими ознаками, також потрібен системний підхід.

Всебічний (системний) підхід до підтримки, адаптації і розвитку конкурентоспроможності підприємства на тривалу перспективу, яка (окрім його перманентно-ітеративної мети) є одночасно й квінтесенцією та оціночним критерієм його внутрішнього середовища за усіма напрямками, складовими та параметрами, забезпечує такий ключовий елемент-інструмент механізму управління підприємством як стратегія, яка також є певною системою.

Стратегія виступає логічною системою обґрунтування бізнесової поведінки підприємства, що допомагає йому вирішувати проблеми ще до їхнього виникнення, і яка ґрунтується на принципі, що для вирішення нових проблем потрібні нові способи (оскільки старих способів недостатньо).

В такому контексті стратегія як інструмент менеджменту підприємства має: а) діагностувати рівень стабільності конкурентного середовища підприємства; б) вибудовувати його діяльність на ключових конкурентних засадах із урахуванням змін конкурентного середовища; в) підвищувати здатність адаптації до змін у конкурентному середовищі, діагностувати конкурентоспроможність підприємства; г) переглядати бізнес-портфель підприємства (за допомогою матричних інструментів стратегічного аналізу) тощо.

Отже, всі заходи із безперервного забезпечення конкурентоспроможності підприємства, тобто формування та реалізації його конкурентних переваг, на нашу думку, повинні так чи інакше відобразитися в його стратегії, і, у першу чергу, – стратегії конкурентоспроможності або як її традиційно називають – конкурентній стратегії чи стратегії завоювання конкурентних переваг, що визначає методи, за допомогою яких підприємство буде діяти в кожному галузевому-ринковому сегменті (ГРС) свого бізнесу (як однопрофільного, так і диверсифікованого), що в теорії та практиці стратегічного менеджменту розглядається як стратегічна одиниця бізнесу.

Це обумовлено тим, що стратегія фактично є логічним планом дій відносно створення, адаптації, розвитку і закріплення конкурентних переваг, а отже, і конкурентоспроможності підприємства, оскільки конкурентоспроможність – це результат, який фіксує конкурентні переваги підприємства.

Окрім цього, стратегія є системою поведінки, що допомагає підприємству вирішувати проблеми своєї діяльності та розвитку (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) ще до того, як вони виникають.

Зазначимо, що існує безліч стратегій (конкурентних), які забезпечують

конкурентоспроможність підприємств, тобто отримання ними конкурентних переваг. Фактично, скільки існує конкурентів, стільки існує і стратегій забезпечення їх конкурентоспроможності. Але загалом їх усіх можна звести до декількох типових видів, уперше класифікованих у сучасній економічній літературі М. Портером: мінімізації витрат, диференціації, фокусування, оптимізації витрат. До них ще можна віднести і стратегію інноваційної цінності. Це стратегія уникнення конкуренції шляхом отримання конкурентних переваг на основі створення інноваційної цінності (нового продукту для нового ринку). Її можна розглядати як стратегію випередження (стратегію випереджувального типу дій на основі інновацій на підприємстві).

Для конкретних підприємств ці універсальні стратегії будуть відрізнятися (тобто диференціюватися) лише за переліком конкретних заходів (які, до речі, складають зміст так званих забезпечувальних функціональних стратегій підприємства) щодо забезпечення конкурентних переваг (універсальних конкурентних стратегій) на основі мінімізації витрат, диференціації (за різними параметрами) або оптимізації витрат, враховуючи масштаби конкуренції (весь ринок (вся галузь) чи окремих його (її) сегмент (сектор)), в різних функціональних ланках їх персоніфікованих ланцюжків вартості.

Узагальнюючи зазначимо, що для забезпечення конкурентоспроможності підприємства на довгострокову перспективу необхідно розробляти, впроваджувати та використовувати стратегію, яка є основою створення і реалізації конкурентних переваг підприємства. Вона є тими методами ведення бізнесу та конкуренції, які обирає менеджмент підприємства для забезпечення тривалої конкурентоспроможності та досягнення інших стратегічних цілей підприємства.

А для визначення та забезпечення відповідності стратегії підприємства ключовим факторам успіху в певній галузі та стратегіям поведінки конкурентів слід застосувати *стратегічний бенчмаркінг*, який зводиться до аналізу відповідності стратегії підприємства ключовим факторам успіху в певній галузі та стратегіям поведінки конкурентів, а також до визначення на його основі цілей та орієнтирів для посилення окремих сторін поточної стратегії або розробки нової ефективної стратегії, а відтак, – зміцнення та розвитку його конкурентоспроможності переважно за рахунок *стратегічних інновацій* на підприємстві.

В процесі стратегічного бенчмаркінгу здійснюється:

1) порівняння кількісних (фінансових) (наприклад, частки ринку, темпів зростання, прибутковості, зміна ринкової вартості акцій тощо) і якісних (наприклад, міра задоволення клієнтів) показників підприємства з аналогічними показниками 8-10 підприємств-конкурентів у галузі, обраних для порівняння.

2) аналіз стратегій поведінки конкурентів на ринку з метою отримання опису (загального) стратегії конкурентів шляхом з'ясування: на яких сегментах ринку концентрується конкурент; яку стратегію він використовує – масового виробництва дешевих виробів чи виробництва якісних дорогих виробів; який обсяг інвестицій має конкурент на певному ринку чи його сегменті; чи інвестуються значні кошти у маркетинг, виробничі потужності, мережу постачання і/або збуту, НДДКР тощо в межах цього напряму бізнесу (чи навпаки, конкурент не здійснює інвестування цього напряму бізнесу); у чому полягають переваги конкурента; за рахунок яких факторів він досягає успіху, переваг (низької собівартості, високої якості, кращих технічних параметрів продукції, передової технології, розвинених систем маркетингу і продажу, високого рівня обслуговування клієнтів, розвитку клієнтської бази, надійності мережі постачання, висококваліфікованого персоналу, ефективної системи управління);

3) визначення найкращих підприємств на ринку та виділення тих аспектів стратегій конкурентів, які найтісніше корелюються з їх високими досягненнями в бізнесі, та врахування їх при покращенні певних сторін поточної або при формуванні нової ефективної стратегії підприємства, яке проводить бенчмаркінг.

Такий бенчмаркінг найдоцільніше проводити підприємствам, які або взагалі ніколи не проводили системного і детального аналізу своїх конкурентів і/або які функціонують у

галузях із динамічним, мінливим діловим оточенням і високим рівнем конкуренції.

Але окрім стратегії, яка визначає довгострокові дії, спрямовані на забезпечення майбутніх конкурентних можливостей підприємства і його позиції на ринку, тобто його майбутньої конкурентоспроможності, а відтак, і прибутковості на основі забезпечених, здобутих та реалізованих конкурентних переваг, необхідно перманентно обґрунтовувати і застосовувати короткострокові тактичні ходи та оперативні заходи для миттєвої реакції на поточну ситуацію і забезпечення поточної конкурентоспроможності та прибутковості підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М. : Издательство “Альпина Бизнес Букс”, 2005. 715 с.
2. Ковтун О. І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст. Львів : Коопосвіта, 2009. 276 с.
3. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі.. Львів : “Новий Світ-2000”, 2003. 272 с.

**Антонюк Я. М.**

к.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### **ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ**

Важливе місце в роздрібній торгівлі займають вирішення проблем, що склалися в процесі її розвитку. В 21 столітті важливе місце займає проблема крадіжок і втрат на підприємствах роздрібної торгівлі. Зі збільшенням частки магазинів самообслуговування, укрупненням торгових підприємств, зростанням штату і ускладненням організаційної структури торговельних підприємств – проблема крадіжок і втрат зростає. За статистикою західноєвропейської торгівлі сума втрат порівнянна з 50 % прибутку підприємств роздрібної торгівлі після здійснення торговельної діяльності. На втрати різних видів в роздрібній торгівлі, наприклад, США припадає 31,3 мільярдів доларів на рік. 48,2 %, тобто практично половина, з них припадає на крадіжки персоналу. На частку “проблемних” покупців припадає 31,0 %. Це означає, що кожний 12 чоловік коли-небудь здійснював крадіжку в магазині [1].

Саме складною з проблем роздрібної торгівлі є крадіжки з боку персоналу. За статистикою близько 10 % торгового персоналу приходять в торгівлю з самого початку з поставленою метою – поправити особисте матеріальне становище за рахунок магазину. Крадіжкам решти 90 % співробітників можна запобігти за рахунок поліпшення системи мотивації та матеріального стимулювання, а також поліпшення системи контролю.

Незважаючи на позитивний розвиток роздрібної торгівлі, існують проблеми дефіциту торгових приміщень. Із табл. 1 видно, що серед сегментів нерухомості торговельна є найбільш дорогою і в середньому складає 1400-1700 доларів за 1 квадратний метр. Аналогічна картина спостерігається в Польщі.

*Таблиця 1*

#### **Обсяг інвестицій за сегментами нерухомості Україні і Польщі в 2018 р.**

Сегмент нерухомості	Україна		Польща
	Середня ціна USD/м <sup>2</sup>		
	продажу	побудови	продажу
Офісна	1211	800-1200	3384
Торгова	1187	1400-1700	3792
Промислова	429	400-500	817

*Джерело: за матеріалами CBRE Ukraine.*



Однак порівнювати заробітну плату в Польщі і в Україні є неприйнятним, де вона перевищує український показник в 2-4 рази, тому і вартість продажної ціни торгової нерухомості в Польщі в 3 рази перевищує вітчизняну. З вартістю побудови тісно пов'язана якість будівлі. В зв'язку з цим більше в великі міста і столицю держави хлинули потоки зарубіжних інвесторів, які вважають розвиток свого бізнесу в Україні більш доступним і привабливим як в своїй країні.

За дослідженнями CBRE Ukraine очікується, що до нинішнього обсягу торгових площ в 1,13 млн. м<sup>2</sup> протягом наступних 2,5 років додасться ще близько 560 000 кв. метрів торгових площ. Тому вакантність площ на ринку торгової нерухомості, природно, виросте. Однак ставки оренди, як бачимо з рис. 1, протягом останніх 5 років в Україні зростають.

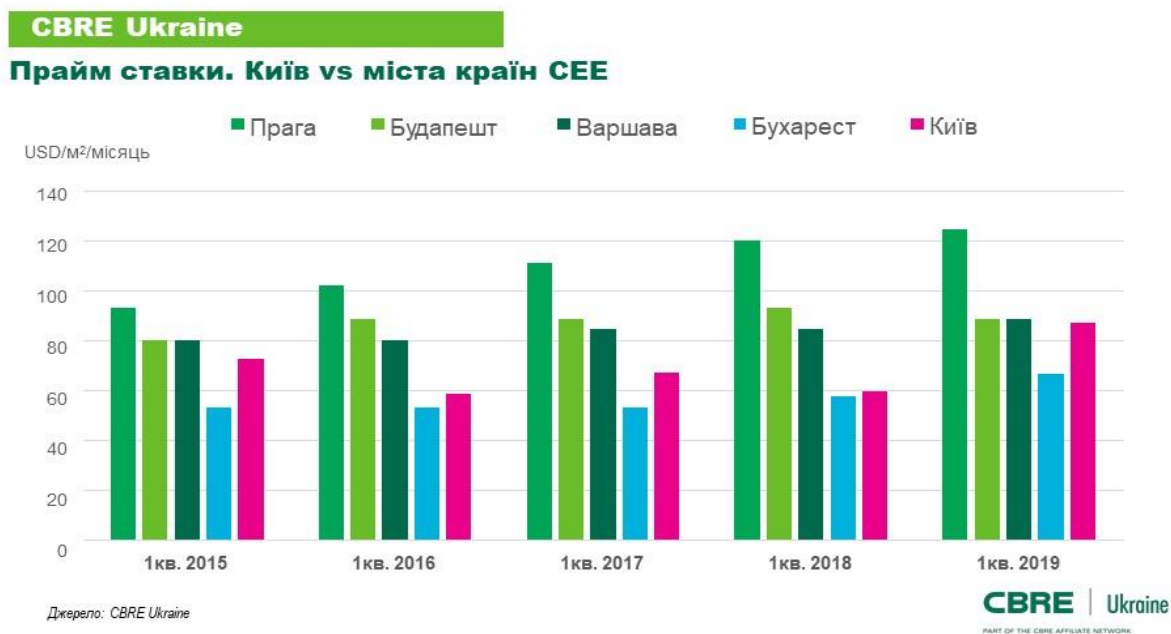


Рис. 1. Порівняльна характеристика розмірів орендної плати в окремих столицях країн Східної Європи в 2015-2019 рр.

Орендна ставка за квадратний метр торгового центру це єдиний показник, який можна порівнювати протягом останніх років в Києві і Варшаві. Так, в першому кварталі 2019 року прайм ставка на оренду площі в кращих торгових центрах Києва і Варшави складала \$80-110 [2]. В решті столиць країн Східної Європи орендна ставка за 1 кв. м площі також приблизно однакова, за винятком Праги, де вона значно вище.

Історично склалося так, що протягом останніх 20-30 років містобудівники не передбачали активного розвитку нерухомості малої роздрібної торгівлі. Значна частка існуючих торгових приміщень – це плід реконструкції, і, є не завжди вдалою. Перш за все, це стосується приміщень перероблених з квартир перших поверхів будівель. Частково цю проблему раніше вирішували павільйони, але цей формат був дуже потворний і псував зовнішній вигляд українських міст і сіл. Тільки зараз стали з'являтися функціональні і разом з тим зовні привабливі конструкції, що відповідають сучасним потребам торгівлі.

Проблемним в питаннях розвитку торгівлі є низька взаємодія між власниками підприємств в питаннях вибору торгових форматів магазинів, розміщених на одній вулиці чи в одному мікрорайоні чи житловому масиві в т.ч. сільському (торговий коридор). Дуже часто в сусідніх приміщеннях можуть знаходитися конкуруючі магазини, що губить роздрібний бізнес і знижує привабливість багатьох об'єктів.

Поряд з цим, очевидно, що тільки за рахунок спільних зусиль роздрібних операторів і власників торговельної нерухомості можна розвивати формат торгівлі, який відсутній в даному "торговому коридорі". Торгові центри, активно будуються у всіх великих містах, і їх головною конкурентною перевагою є концепція і грамотний підбір орендарів. Саме це

створює максимальний інтерес у покупця і змушує частіше і більше купувати товари у таких магазинах. Те ж саме може відбуватися і в стріт-ритейлі. Зручні паркування, пішохідні зони, відсутність бруду є мінімальною вимогою, які можна виконувати спільно, в рамках локального торгового коридору.

**Список використаних джерел**

1. URL: <https://rau.ua/novyni/vremya-rosta-retail/>.
2. URL: <https://cbre-expandia.com/analitika-ta-dinamika-rinku-ritejlu-investitsiyi-v-komertsijnu-neruhomist-prav>.

**Куцик В. І.**  
к.е.н., професор,  
**Злидник М. І.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

**РИНОК ЦУКРУ ЯК ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДОВОЛЬЧОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

Актуальність функціонування та розвитку ринків продовольчої продукції особливо посилюється у зв'язку із зростанням відкритості національної економіки та загостренням конкуренції на світових агропродовольчих ринках після вступу України до СОТ. Стратегічним рослинницьким ринком, який формує як і економічну, так і продовольчу безпеку України вважаємо ринок цукру.

Головними показниками, що характеризують цей безпековий ринок є: розміри посівних площ, урожайність, валовий збір та рентабельність. Комплексно ці показники згруповано у табл. 1.

*Таблиця 1*

**Головні показники виробництва цукрового буряку в Україні у 1990-2018 рр.**

Рік	Посівні площі, тис. га	Площі, з яких зібрано врожай, тис. га	Урожайність, ц/га	Валовий збір буряку, тис. т	Рентабельність, %
1990	1607	1605	276	44264,5	29,5
1995	1475	1448	205	29650,4	31,2
2000	856	747	177	13198,8	6,1
2005	652	624	248	15467,8	4,8
2006	815	787	285	22420,7	11,1
2010	501	492	279	13749,2	16,7
2011	532	516	363	18740,5	36,5
2012	458	449	411	18439,0	15,9
2013	280	271	399	10789,4	3,1
2016	292	291	482	14011,3	24,6
2017	316	314	475	14881,6	12,4
2018	276	275	509	13967,7	- 11,4
Темп приросту (%)	-82,8	-83,9	+84,4	-68,4	-61,6

*Джерело: [1; 2, с. 172].*

Спостерігаючи за динамікою розвитку вищезначених показників у 1990-2019 рр., що регламентують вітчизняний ринок цукру, зазначимо, що починаючи з 1990 р., спостерігаємо спадання щодо усіх показників виробництва цукрового буряку, окрім урожайності. Посівні

площі у 2018 р., порівняно з 1990 р., скоротилися у 5,8 раза. Однак наголосимо, що показники врожайності цукрового буряку з 1990 р. до 2000 р. мають спадну динаміку, лише у 2006 р. рівень врожайності перевищив аналогічний показник 1990 р. і почав зростати, досягаючи позначки 509 ц/га у 2018 р.

Дослідимо рівень самозабезпечення цукром, проаналізуємо структуру виробництва та споживання цукру за 2005-2018 рр. Згідно із даними рис. 1, зауважимо, що протягом 2005-2012 рр. та 2016-2018 рр., вітчизняне виробництво могло задовольнити потреби внутрішнього ринку. Виняток становив лише 2008 р., коли внутрішній попит був покритий лише на 83 %. Також у 2013 р. та у 2015 р. внутрішній попит покривався лише на 75 % та 95 % відповідно.

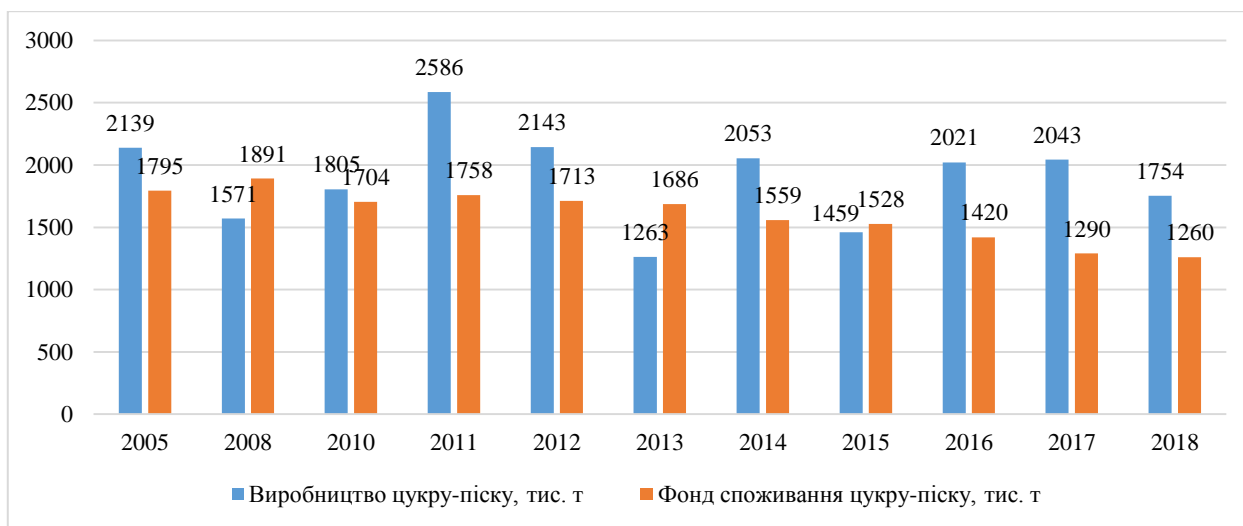


Рис. 1. Динаміка виробництва і споживання цукру у 2005-2018 рр., тис. т [2]

Здійснюючи аналіз показників зовнішньої торгівлі України щодо цукру у 2019 р. зазначимо, експорт українського цукру знизився на 27 % – до 409,8 тис. т, що в грошовому еквіваленті відповідає 144,3 млн. дол. США. Зауважимо, що зміни відбулись як у географії постачань, так і в рейтингу експортерів. Хоча лідером імпорту у нас залишився Узбекистан, відвантаження в цю країну суттєво зменшились – з 210 тис. т у 2018 р. до 96 тис. тон у 2019 р. внаслідок змін у податковій політиці Узбекистану, який підняв мито на імпорт української продукції [3].

Головними імпортерами українського цукру у 2018 р. (рис. 2.) були країни: Шрі-Ланка, Грузія та Туреччина. За даними митних служб, найбільше вітчизняної цукрової продукції закупила Шрі-Ланка – 112,2 т на 57 млн. дол. США. Також до трійки лідерів увійшли Грузія та Туреччина, які закупили 47,9 т і 42,5 т цукру відповідно. Значні поставки здійснювались і до африканських країн. Лівія імпортувала цукру на суму 21 млн. дол. США, Кот-д’Івуар – на 16 млн. дол. США, Єгипет – на 15 млн. дол. США. Український цукор купували навіть ті країни, які завжди споживали тростинний.

Вищеозначене дало змогу нам зробити такі висновки:

–зважаючи на тенденцію поступового укрупнення компаній-виробників цукру, в Україні упродовж 2014-2018 рр. очікується скорочення кількості працюючих цукрових заводів на третину, а також подальше зниження задіяних у виробництво потужностей;

–зменшення посівних площ під цукровий буряк до 276 тис. га та зниження його валового збору спричинить до зниження виробництва цукру в країні на 33 %, що допоможе стабілізувати ситуацію на ринку попиту та пропозиції солодкого продукту;

–збереження зростаючої тенденції експорту цукру та розширення його географії сприятиме розвантаженню внутрішнього ринку та формуванню переліку країн – постійних ринків збуту для українського продукту;

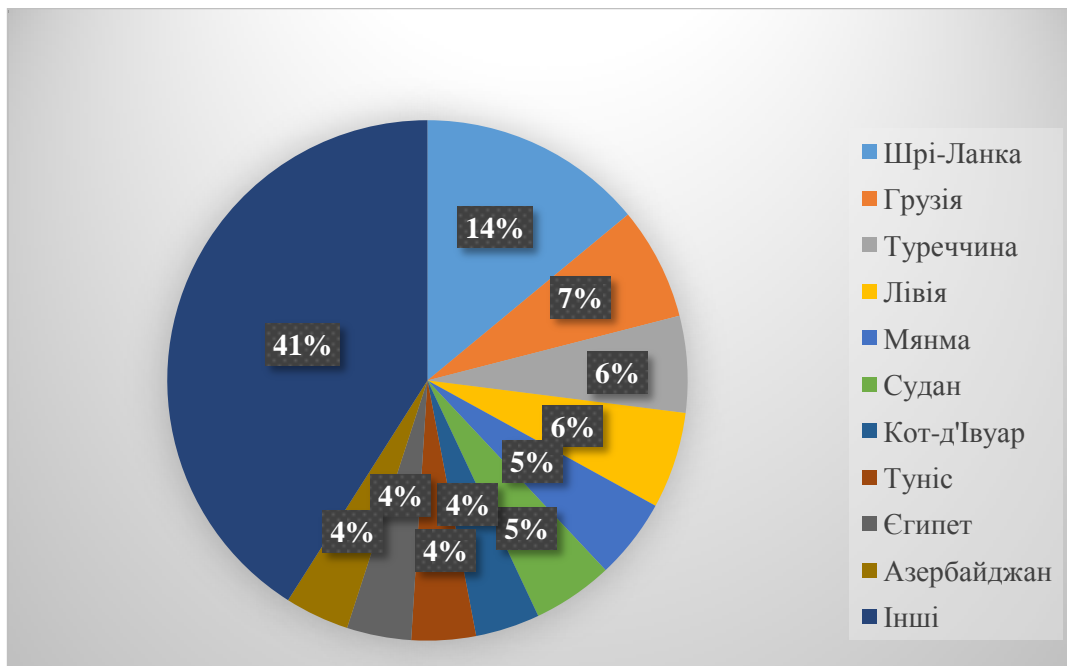


Рис. 2. Структура географії імпорту цукру в Україну у 2018 р., % [4]

—за зменшення обсягу цукру на внутрішньому ринку очікується зростання цін до економічно обґрунтованого рівня тощо.

#### Список використаних джерел

1. Рослинництво України за 2018 рік : статистичний збірник; за ред. О. Прокопенка. К.: Державна служба статистики України, 2019. 220 с.
2. Сільське господарство України за 2018 рік: Статистичний бюлетень; за ред. О. М. Прокопенка. К.: Державна служба статистики України, 2017. 235 с.
3. Для українських експортерів цукру боротьба за ринки Середньої Азії в поточному сезоні буде більш запеклою. URL: <https://www.apk-inform.com/uk/exclusive/topic/1505368?>
4. Топ-10 країн, які купують український цукор. URL: <https://agropolit.com/news/6556-top-10-krayin-yaki-kuuyut-ukrayinskiy-tsukor>.

**Куцик В. І.**  
к.е.н., професор,  
**Шпарик Я. Я.**  
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## ПОТЕЧНЕ ЗЕМЕЛЬНЕ КРЕДИТУВАННЯ В СИСТЕМІ ВІДТВОРЕННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

На основі узагальнення розвитку цивільно-правового інституту земельної іпотеки в зарубіжних системах можемо стверджувати, що основною їхньою відмінністю є підходи щодо формування ресурсної бази та механізми залучення фінансових ресурсів, необхідних для іпотечного кредитування (табл. 1). Так в Європі іпотека найчастіше ототожнюється як засіб обігу нерухомості, в той час як США та Канаді – це частина фондового ринку.

Як бачимо, сьогодні не існує якоїсь єдиної схеми земельно іпотечного кредитування. Ми підтримуємо думку тих економістів, які вважають, що у найбільш загальному вигляді сформувалися дві групи іпотечних кредитних інститутів, основною відмінністю між якими є форма мобілізації фінансових ресурсів. До першої групи слід віднести депозитні інститути, що акумулюють свої фонди головним чином через вклади (ощадні банки, комерційні банки, спеціалізовані фінансові організації, які здійснюють кредитування житлового будівництва).

## Порівняльна характеристика іпотечного кредитування

Країни	Основна модель іпотечного кредитування	Основні інструменти залучення коштів	Форми державної участі в розвитку іпотечного кредитування
США і Канада	Вторинний ринок заставних	Цінні папери, забезпеченні закладними	Підтримка операторів вторинного ринку, податкове стимулювання, державне страхування кредитів
Західна Європа	Однорівнева, останнім часом набирає обороти ринок іпотечних облігацій	Ощадні рахунки, іпотечні облігації	Державні преміальні виплати, жорстке регулювання ринку зі сторони держави, податкове стимулювання
Східна Європа	Однорівнева	Ощадні рахунки, іпотечні облігації	Державні преміальні виплати, жорстке регулювання ринку зі сторони держави, податкове стимулювання
Азія	Однорівнева, в деяких країнах є вторинний ринок	Ощадні рахунки, цінні папери, забезпеченні закладними	Створення державних кредиторів, скерування державних коштів на іпотечне кредитування
Латинська Америка	Однорівнева, в деяких країнах роблять спроби створення вторинного ринку	Ощадні рахунки	Залучення державних коштів в іпотечне кредитування, створення державних операторів вторинного ринку

Другу групу представляють банки, що спеціалізуються на видачі довгострокових позик під заставу нерухомості (іпотечні банки, земельні банки) [1], які є недепозитними інститутами. Особливістю діяльності класичного іпотечного банку полягає в тому, що надавши кредит він продає його третій особі за допомогою випуску облігацій, які є забезпечені пулом іпотечних кредитів. Продажу випущених облігацій в Європі сприяють їхні характеристики, які полягають в наступному: випуск здійснюється тільки іпотечними банками; оборот регулюється спеціальним органом нагляду; мають забезпечення нерухомістю; задоволення вимог власників облігацій проводиться в першочерговому порядку.

Щодо економічних механізми функціонування іпотечних кредитних інститутів то вони однакові у всіх розвинених країнах світу, з виключенням відмінностей, що стосуються в основному організаційних підходів.

Виділяють дві основні моделі ринку іпотечного кредитування: однорівневу і дворівневу.

Суть однорівневої системи полягає в тому, що банк, після надання іпотечного кредиту, самостійно його рефінансує за допомогою випуску цінних паперів, заставних листів, випуск яких регулюється спеціальним законодавством яке відмінне від того, що регулює випуск облігацій. На думку багатьох спеціалістів до основних переваг даної моделі слід віднести невисоку вартість її організації, яка в свою чергу суттєво впливає на ціну кредитних ресурсів. Широке застосування дана система отримала в багатьох європейських країнах, зокрема Даній, Німеччина, Франції та ін.

На протигагу однорівневій, дворівнева система передбачає переуступку іпотечних кредитів, виданих на первинному іпотечному ринку, спеціально створеним за участю держави агентствам. Найбільшого поширення вона отримала в таких країнах як Великобританія і США [2].

Аналіз функціонування цих двох моделей засвідчує активне втручання держави, з ціллю підтримки і розвитку іпотечних відносин, шляхом підтримки іпотечних кредиторів.

Аналізуючи світовий досвід земельного іпотечного кредитування можемо констатувати той факт, що сьогодні у світі розмежування кредитного забезпечення використання землі можна поділити на дві категорії. Першу категорію представляють довгострокові (від 10 до 40 років) кредити земельних банків з придбання землі та будівництва великих інфраструктурних споруд з

її облаштування і покращення. Другу категорію представляють короткострокові кредити (до 10 років) надані на поточну діяльність з використання землі [3, с. 25].

Узагальнення світового досвіду переконує, що жодна країна світу не здатна забезпечити стабільний соціально-економічний без чітко продуманої політики в галузі кредитного забезпечення, відтворення земельних ресурсів, яка в свою чергу, є базисом для встановлення довірчих відносин між усіма учасниками кредитного ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Полухина Ю. *История ипотечного кредитования: от древних греков до банкротов американцев. Новая газета.* № 6. URL: <http://www.novayagazeta.ru/data/2008/color06/05. ht ml>.
2. Cantillon R. *Essay on the nature of commerce in general.* New Brunswick, London: Transaction publ., 2006. 188 p.
3. Ивасенко А. Г. *Анализ зарубежного опыта земельно-ипотечного кредитования. Российское предпринимательство.* 2008. № 11 (2). С. 23–28.

**Куцик В. І.**  
к.е.н., професор,  
**Козлова Ю. І.**  
магістрантка  
Львівський торговельно-економічний університет

## **ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

В умовах сучасної світової системи ключовим визначальним чинником розвитку суспільства та найвпливовішою силою є глобалізація. Вона охоплює всі галузі суспільного життя, включаючи економіку, політику, соціальну сферу, культуру, екологію, безпеку; впливає на виробництво товарів і послуг, використання робочої сили, інвестицій та технологій.

Вплив глобалізації на національну економіку досить складний та суперечливий. Існують як позитивні, так і негативні аспекти. Позитивні очевидні: по-перше, це можливість брати активну участь в обговоренні режимів регулювання міжнародних економічних відносин, а не бути осторонь. По-друге, відбудеться скорочення витрат на здійснення зовнішньоекономічних операцій, що є дуже важливим, оскільки загальне підвищення цінової конкурентоспроможності українських виробників – найактуальніше питання сьогодення. Цим самим наша країна виконає одну з головних умов поглиблення відносин з Європейським союзом та отримає можливість захисту національних інтересів та підприємств відповідно до міжнародних форм та процедур.

Забезпечення інвестиційної привабливості України для іноземних інвесторів за рахунок приєднання країни до загальноприйнятих у світі регулятивних норм також є однією із позитивних сторін, оскільки сучасне становище держави вимагає змін. Іноземні інвестори не довіряють політичній та економічній нестабільності в країні і тому забирають свої капіталовкладення, а це негативно впливає на розвиток виробничої промисловості. Позиція, яку зараз підтримує Україна, приведе до збільшення можливостей входження країни до великих міжнародних коопераційних проектів, що в перспективі можуть забезпечити істотне підвищення конкурентоспроможності та розширити можливості більш вільного доступу до зарубіжних ринків за рахунок зменшення тарифних і нетарифних перешкод.

Але для України стратегічно важливою метою має стати стимулювання структурних реформ усередині країни, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності у відкритому ринковому середовищі, що є стратегічно важливою метою.

На жаль, на сьогодні Україна недостатньо залучена до цих процесів, оскільки вона:

- значно відстає від провідних держав світу в галузі інформатизації та розвитку інформаційних технологій;
- перебуває лише на початку формування власних ТНК, конкурентоспроможних на глобальному рівні й здатних до здійснення глобальної стратегії розвитку;

– досить непослідовно запроваджує економічну лібералізацію.

Тому, з іншого боку, глобалізація спричинює серйозні негативні наслідки – виникає пригнічення розвитку окремих галузей (секторів) національної економіки, які виявляються не готовими до повноцінної міжнародної конкуренції, заміщення їх імпортом. В умовах глобалізації спостерігається зниження ролі національної держави, втрата нею державної ідентичності, цілісності. Причому сили, які завуальовано руйнують державу, мають транснаціональну природу.

Під дією багатьох чинників глобалізації Україна постає перед завданням визначення своїх конкурентних переваг, щоб на належному рівні конкурувати з іншими державами на світовому ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Вплив глобалізаційних та інтеграційних процесів на економічну безпеку України. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/456>.
2. Україна в глобальній економіці: виклики і можливості. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/3\\_2012/4.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/3_2012/4.pdf).
3. Місце і роль України в глобалізаційних процесах сучасності. URL: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_37\\_2.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_37_2.pdf).

**Лупак Р. Л.**

д.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ТА ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРУ РЕГІОНАЛЬНИХ ЕКОНОМІК В УКРАЇНІ**

В економіці України сформувалися складні передумови для конкурентного розвитку реального сектору економіки, які ще й підсилені зовнішньою військовою агресією, суттєвими обмеженнями міжнародних транзитних перевезень вітчизняної продукції, високим ступенем руйнації об'єктів промислового та сільськогосподарського виробництва, транспортно-логічної інфраструктури. Досі не вдається вирішити завдання щодо зростання обсягів виробництва наукомісткої продукції, усебічної реалізації інноваційних процесів, переналаштування структури економіки на вищий технологічний уклад.

Відтак, засадничою передумовою відновлення та становлення конкурентоспроможного вітчизняного виробництва є державна політика формування та ефективного використання потенціалу інноваційно-технологічного розвитку. При цьому його реалізація передбачає врахування регіональних особливостей, зокрема рівня промислового розвитку, транскордонно-транзитних та логістичних характеристик, рівня науково-технологічного розвитку і становлення інноваційної інфраструктури та галузевої спеціалізації. Ці особливості визначають специфіку інструментів та засобів державної політики, яка реалізується за такими напрямками як створення інституційних елементів міжфункціонального та міжгалузевого співробітництва суб'єктів базових видів економічної діяльності та науково-інноваційного сектору.

Для регіонів з потенціалом розвитку промислового виробництва (здебільшого регіони східної України) задля забезпечення інноваційного розвитку актуальними є наступні стратегічні засоби: збільшення чисельності та поліпшення інституційних можливостей техніко-впроваджувальних спеціальних зон та промислових територіально-галузевих виробничих кластерів; створення інтегрованих маркетингово-збутових підприємств легкої та харчової промисловості; збільшення чисельності спеціалізованих металообробних міні-виробництв продукції з високою доданою вартістю; освоєння підприємствами хімічної та нафтохімічної промисловості регенеративного виробництва; поява технологічних платформ інноваційної діяльності підприємств важкої промисловості; активізація діяльності науково-виробничих об'єднань підприємств добувної та переробної промисловості, спроможних виводити на ринок продуктивні інновації; зміцнення зв'язків між галузевими науково-

дослідними установами та технологічними підрозділами переробного сектору; розширення галузевими суб'єктами важкої індустрії комунікаційних зв'язків за рахунок повного використання науково-технологічного та виробничого потенціалу [1, с. 90-101].

Вираженим *транскордонним і транзитно-логістичним потенціалом* володіють прикордонні регіони України, а особливо в західній та південній частинах країни, й для усебічного запровадження новітніх технологій та інноваційних процесів органам регіональної влади варто передбачити реалізацію таких стратегічних засобів: розвиток коопераційних відносин між транспортними, логістичними та торговельними підприємствами в рамках мульти-, інтер- та унімодальних перевезень; перетворення транспортно-дорожніх об'єктів на конкурентоспроможні комплекси інноваційного розвитку; створення торговельно-логістичних центрів розвитку транскордонної торгівлі; створення інженерно-інноваційних систем розміщення і розвитку транспортно-логістичних об'єктів; створення транскордонних бізнес-інкубаторів активізації логістичних потоків та забезпечення інтегрування місцевої дорожньо-транспортної мережі у міжнародні транспортні системи; збільшення масштабів інноваційних проектів державно-приватного партнерства з розвитку об'єктів транспортно-логістичної інфраструктури; поглиблення співробітництва з міжнародними фінансовими структурами для фінансування інноваційних проектів з розбудови транспортно-транзитних об'єктів [2, с. 254-257, 273-274].

На відміну від інших регіонів нашої країни, центральні та північні області мають потужний природно-кліматичний та *агропромисловий потенціал*, що створює можливості для розвитку виробництва високоякісної сільськогосподарської продукції, забезпечення продовольчої безпеки та реалізації успішної експортної державної політики. Здатність таких регіонів успішно сформувавши та реалізувати інноваційний потенціал засвідчуватиметься досягненням таких стратегічних результатів: створення кластерів з машинобудівного виробництва агропромислової техніки та обладнання; створення і зростання масштабів діяльності обслуговуючих кооперативів із використання сільськогосподарської техніки та обладнання; створення локальних інтегрованих систем для диверсифікації сільськогосподарського та агропромислового виробництва; створення інженерно-технічних центрів впровадження сучасних технологій сільськогосподарського виробництва та використання земель; активізація діяльності інформаційно-консультаційних та дослідно-маркетингових центрів з питань підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції; створення спеціального фонду інвестиційно-інноваційної підтримки сільськогосподарських виробників; налагодження комерційно-збутової інноваційно-технологічної співпраці між науково-дослідними лабораторіями, фермерськими господарствами, суб'єктами логістики та торгівлі продукцією АПК; модернізація дорадчого сервісу для сільськогосподарських виробників вітчизняної продукції [1, с. 90-101].

Низка регіонів України є майданчиками активного *розвитку ІТ-індустрії* та суттєво відрізняється вищим рівнем *науково-технологічного розвитку*. Відповідно для реалізації інноваційного потенціалу таким регіонам доречно активно застосовувати стратегічні заходи, що передбачають наступне: формування мережі та активізація діяльності науково-дослідних та ІТ-кластерів; створення інтегрованих підприємницьких систем замкнутого циклу виробництва ІТ-продукції (послуг); реалізація державних замовлень на розроблення і впровадження вітчизняного програмного забезпечення; створення проектно-консультаційних інжинірингових центрів реалізації потенціалу розвитку вітчизняної ІТ-сфери; створення інноваційно-технологічних парків реалізації ІТ-проектів; створення інформаційно-комунікаційних технологічних центрів аутсорсингу ІТ-забезпечення; створення державно-приватних платформ зі спільної розробки і впровадження ІТ- та програмного забезпечення; збільшення пропозиції бюджетно-грантового кредитування проектів співпраці наукового, ІТ- та представників реального сектору економіки; отримання державної підтримки страхування венчурних інвестицій у розвиток ІТ-сфери та реалізації ІТ-проектів; раціональний розподіл інвестиційних ресурсів в локальні стартапи через вітчизняні венчурні фонди [2, с. 258-259, 268-272; 3, с. 365-384].



Таким чином, в сьогоденних економічних умовах розвиток інноваційної діяльності українськими підприємствами є досить ускладнений, що супроводжується браком інвестиційних та людських ресурсів, неналежною сформованістю інституційно-правового середовища, відсутністю реальної державної підтримки та іншим. Більш виражений характер таких проблем існує на регіональному рівні та вирішення яких часто є неможливим, особливо в регіонах з низьким економічним розвитком. Очевидно, що лише злагодженість дій центральних та регіональних органів влади може забезпечити вдале використання інноваційного потенціалу реального сектору економіки.

#### **Список використаних джерел**

1. Васильців Т. Г., Юрків Н. Я., Лупак Р. Л. *Інституційне забезпечення розширення фінансових можливостей підприємств промисловості та АПК на регіональному рівні. Фінанси України. 2012. № 3. С. 90-101.*
2. Лупак Р. Л. *Державна політика імпортозаміщення в системі забезпечення економічної безпеки України: пріоритети та інструменти реалізації : монографія. Львів : Вид-во ННБК "АТБ", 2018. 527 с.*
3. *Механізми та функціонально-структурні інструменти забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в умовах сучасних загроз економічної безпеки : монографія / за ред. Васильціва Т. Г., Лупака Р. Л. Львів : Вид-во ННБК "АТБ", 2019. 552 с.*

**Турянський Ю. І.**

д.е.н., доцент

Львівський регіональний інститут державного управління  
Національної академії державного управління при Президентові України

## **НАУКОВІ ПРИНЦИПИ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ**

Ефективність оподаткування в державі безпосередньо залежить від особливостей реалізації податкової політики, яку розглядають як складову економічної та фінансової політики, що повинна сприяти розвитку фінансових відносин, стимулювати ділову та підприємницьку активність, забезпечувати надходження фінансових ресурсів до бюджетів всіх рівнів, стимулювати макроекономічну стабілізацію.

Податкова політика є обов'язковим атрибутом державності, її обов'язковість зумовлена необхідністю фінансового забезпечення виконання державою соціальних, політичних, економічних, управлінських, військовооборонних, природоохоронних, міжнародного співробітництва та низки інших суспільних функцій і завдань. Податки як історично найдавніша фінансова категорія не лише забезпечують формування дохідної частини бюджету, а й безпосередньо впливають на діяльність платників. Нездатність сучасної ринкової системи, перенасиченої фіктивними фінансовими ресурсами, до саморегулювання висуває нові вимоги до формування ефективної державної регуляторної політики. Успіх такої політики значною мірою забезпечується виконанням податками регулятивної функції, що й формує засади податкової політики.

За сучасних умов система оподаткування зазнає якісних змін за незмінності чинної податкової структури з огляду на необхідність пошуку адекватних шляхів ефективного антикризового фінансового управління на засадах оперативної гнучкості, фіскального динамізму, глобальної системності.

Досліджуючи проблеми податкового регулювання, необхідно акцентувати увагу на стимулюючій функції податків, яка створює орієнтири для розвитку інноваційних видів діяльності, переходу до інноваційної моделі розвитку економіки. Разом із регулюючою ця функція пов'язана із застосуванням пільг, зміною об'єкта оподаткування, зменшенням бази оподаткування.

Мета податкової політики полягає в забезпеченні дієвості податків у реалізації завдань нарощування національного капіталу за рахунок капіталізації прибутку та сприяння інвестиціям, стимулювання (стримування) експорту або імпорту, забезпечення зайнятості населення і політики доходів, бюджетного вирівнювання регіонального розвитку, гуманізації

суспільних відносин, демографічної й молодіжної політики та сприяння розвитку сім'ї тощо як через фіскальну, так і через регулятивну функції податків.

Податкову політику зазвичай розглядають як один із найважливіших важелів втручання держави в соціально-економічні процеси та як таку, що становить комплекс економічних, організаційних і правових заходів щодо регулювання податкових відносин. На нашу думку, податкова політика – це взаємовідносини між державою та платниками податків з приводу встановлення та стягнення податків до централізованих фондів грошових коштів, що мають виконувати як регулюючу, так і стимулюючу функцію через трансформаційний механізм регулювання в умовах стабілізації економіки України. Податкова політика має вирішувати такі головні протиріччя: між інтересами платників податків та інтересами держави; між інтересами населення та інтересами підприємств.

До наукових принципів податкової політики відносять економічну ефективність, соціальну справедливість, рівнонапруженість, стабільність, гнучкість (табл. 1).

Таблиця 1

### Системні принципи податкової політики

<i>Тип принципу</i>	<i>Цілі</i>	<i>Інструменти</i>
Стабільність	Сталі платежі для платників податків на майбутній період. Пільги щодо вирішення завдань структурної перебудови економіки, стимулювання стабілізації та розвитку	Встановлення переліку загальнодержавних і місцевих податків і зборів, а також твердих і граничних податкових ставок. Тимчасовий та цільовий характер пільг
Адаптивність	Стабільність системи оподаткування має просторові та часові обмеження, оскільки економічний і соціальний розвиток постійно потребує удосконалення податкового механізму	Проведення податкових реформ або еволюційним шляхом за допомогою постійного удосконалення тих чи інших елементів системи оподаткування
Рівнонапруженість	Розмір сплаченого податку перебуває у прямій залежності від об'єкта оподаткування – величини отриманого доходу	Встановлення прогресивних та диференційованих ставок оподаткування та пільг
Соціальна справедливість	Перерозподіл ВВП між окремими соціальними групами населення, метою якого є підвищення добробуту	Застосування різних форм пільгового оподаткування, диференціації податкових ставок
Економічна ефективність	Активізація інноваційної та інвестиційної діяльності, впровадження прогресивних технологій, розвиток експортно-імпоротної діяльності	Застосування диференціації ставок податків, пільгового оподаткування, надання податкового кредиту, податкових канікул, запровадження спеціальних режимів оподаткування

Джерело: [1].

Сутність податкової політики проявляється у формах та методах мобілізації фінансових ресурсів та їх використання відповідно до завдань та потреб держави. Податкова політика справляє особливий вплив на рівень соціально-економічного розвитку країни та суб'єктів економіки. Така політика створює низку умов, необхідних для забезпечення сприятливого інвестиційного та інноваційного клімату в державі, стимулювання підприємницької активності, підвищення якості життя. Тому сутність податкової політики виявляється в сукупності організаційно-правових та фінансово-економічних заходів держави у сфері регулювання податкових відносин, які спрямовані на мобілізацію та використання фінансових ресурсів у системі регулювання макроекономічної стабілізації в країні.

Отже, соціально-економічна природа податкової політики є суб'єктивним явищем, що, з одного боку, має відзначатися стабільністю, а з іншого, – оперативно реагувати на

циклічні зміни в економічній і соціальній сферах. За сучасних умов теоретична концептуалізація наукових засад ефективності податкової політики набуває прагматичної інтерпретації в контексті узагальнення нормативних принципів оподаткування, які поділяються на фіскальні, політико-економічні, соціально-етичні, організаційно-технічні [2]. Принципи оподаткування в Україні змінювалися і відображалися у цілях і завданнях, що постають перед податковою політикою при їх виконанні.

#### **Список використаних джерел**

1. Василевська Г. В. Податкова політика у регулюванні економічного зростання. *Фінанси України*. 2012. № 2. С. 39-43.

2. Турянський Ю. І. Про ефективність податкового регулювання. *Dny vědy – 2014: materiály X mezinárodní vědecko-praktická konference, 27 března – 05 dubna 2014 r. Díl 7: Ekonomické vědy. Praha: Publishing House "Education and Science" s.r.o., 2014. S. 4-7.*

**Кабаці Б. І.**

к.е.н., доцент,

**Тягунова Н. М.**

к.е.н., професор

Мукачівський кооперативний торговельно-економічний коледж

### **ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Підприємницька діяльність є невід'ємною складовою частиною будь-якої розвинутої економічної системи, без якої вона не може нормально розвиватися. Підприємництво залишається одним із найбільш впливових сегментів економіки і є основою для вирішення багатьох важливих проблем соціально-економічного та політичного напрямку. Процеси євроінтеграції зумовлюють особливу значущість підприємництва як найбільш дієвого інструмента зростання обсягів національного виробництва продукції різного призначення, створення інноваційних продуктів, надання послуг, тощо. Слід відмітити і соціальну місію підприємництва, адже саме підприємницька діяльність гарантує вирішення проблем зайнятості населення, істотного підвищення рівня життя населення. Суб'єкти підприємницької діяльності здатні "заповнювати" ті ніші ринку або цілі галузі, де великий бізнес не може бути реалізований або є малоефективним. Суб'єктам підприємницької діяльності, на противагу великим підприємствам, властиві більша гнучкість при зміні попиту і пропозиції на ринку, нижчі постійні витрати на одиницю продукції, розробка власних інноваційних продуктів (як результат стартапів чи бізнес-проектів), простіше застосування технологічних новинок, швидкий процес інноваційних вкладень, мікрофінансова підтримка діяльності та інші.

Сучасний етап розвитку суспільства і економіки зумовлюють для регіонів об'єктивну необхідність цілеспрямованого, самостійного управління розвитком власних територій, впливу на соціальні та економічні процеси всередині регіону. Регіональний аспект розвитку соціально-економічної системи в контексті значущості підприємницької діяльності набуває все більшого значення. Функціонування суб'єктів підприємницької діяльності та їх вплив на соціально-економічний розвиток особливо яскраво прослідковується в Закарпатській області.

Економіка Закарпатської області представлена всіма сферами економічної діяльності. Частка валового продукту у загальнодержавному показнику валового виробництва у 2017 році становить 43,0 млрд. грн. і коливається в межах 1,4-1,5 % всього виробництва України останні кілька років. Галузями виробничої спеціалізації області є харчова промисловість (виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів: виробництво вина, коньяку, плодоконсервної продукції, безалкогольних напоїв та мінеральної води); легка (текстильне виробництво, виробництво одягу, шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів: швейні і трикотажні вироби, білизна, взуття, головні убори); лісова і деревообробна промисловість (виготовлення виробів з деревини, виробництво паперу та поліграфічна діяльність: виробництво пиломатеріалів, шпону, паркету, листів з фанери клеєної, деревини з

ялини та інших хвойних та листових порід, вікон, дверей, гранул та брикетів, коробок та ящиків з паперу або картону); хімічна (продукти переробки деревини); промисловість будматеріалів (виробництво щебню, облицювальних матеріалів) та машинобудування.

Внутрішня торгівля є одним із ключових секторів економіки. Її частка у валовій доданій вартості Закарпатської області становить близько 12 %. Торговельна діяльність є дуже поширеним видом діяльності, який обирають понад 80 % суб'єктів підприємницької діяльності області. У структурі валової доданої вартості належну частку має також і сфера обслуговування.

Стабільний розвиток великого, середнього та малого бізнесу в Закарпатській області є запорукою становлення конкурентоспроможної економіки, що в свою чергу сприяє вирішенню широкого кола проблем соціального та гуманітарного спрямування.

Вагомим чинником формування в області середнього класу є розвиток підприємництва, яке виступає гарантом стабільності економіки та підвищення рівня життя громадян. Мале та середнє підприємництво забезпечує конкуренцію на належному рівні, прискорення інноваційних процесів, формування ринкової економіки, сприяє росту зайнятості. В області діє 5786 підприємств малого та середнього бізнесу, з яких 243 – середні. З числа малих підприємств – 87,2 % – мікропідприємства. Крім того, зареєстровано 46,2 тис. фізичних осіб – підприємців.

Аналіз з 2013 по 2015 рік кількості суб'єктів господарювання – юридичних осіб, що зайняті підприємницькою діяльністю засвідчує тенденцію до зростання: з 6024 до 6111 підприємств. У 2016 році спостерігалось скорочення кількості на 17,2 %, а станом на кінець 2017 року їх кількість зросла до 5788. Кількість фізичних осіб-підприємців постійно змінюється: з 2013 року по 2015 рік зросла з 33,1 тис. осіб до 53,7 тис. осіб, однак на початок 2018 року їх кількість склала 46,2 тис. осіб. Усього у суб'єктів малого підприємництва було зайнято 98,1 тис. осіб (включаючи штатних, позаштатних працівників, власників, засновників), що складає 64,7 % до загальної кількості зайнятих у суб'єктів господарювання. Спостерігається тенденція до зростання кількості зайнятих працівників у фізичних осіб-підприємців.

В цілому суб'єктами господарювання малого і середнього бізнесу за 2017 р. забезпечено обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) на суму 45,9 млрд. грн. Частка обсягу реалізації продукції малими підприємствами в загальному обсязі реалізації у 2013 році склала 17,8 %, а у 2017 році зросла до 30,0 %. Суб'єктами малого підприємництва за 2018 рік сплачено до бюджетів усіх рівнів 4024,9 млн. грн. податків, в тому числі юридичними особами – 3238,7 млн. грн., фізичними – 786,2 млн. грн. Із загальної суми надходжень юридичні особи сплатили 80,5 %, фізичні особи – 19,5 %. За 2018 рік надходження до бюджетів усіх рівнів зросли на 454,2 млн. грн. або на 12,7 % у порівнянні з відповідним періодом 2017 року.

Частка податкових надходжень від діяльності малого бізнесу в цілому по області за 2018 рік становить 62,1 % (у 2017 році – 67,2 %) від загальної суми надходжень до бюджетів усіх рівнів (без врахування надходжень до спеціального фонду).

Враховуючи вищевикладене, беззаперечно актуальним є визначення ключових детермінант економічного зростання підприємницької діяльності для Закарпатської області. На нашу думку, слід враховувати цілий комплекс детермінант.

Першочергове значення мають фундаментальні детермінанти: капітал, техніко-технологічні детермінанти, соціально-суб'єктні детермінанти та синергетичні детермінанти. Важливим є врахування національних детермінант: ресурсне забезпечення можливостей економічного зростання та розвитку; капітал у широкому розумінні, у т.ч. людський, природно-ресурсний, інвестиційно-інноваційна та технологічна політика щодо запровадження інноваційних процесів та застосування нових технологій, створення сучасної потужної інституційної інфраструктури розвитку малого та середнього бізнесу.

Серед специфічних (регіональних) детермінант слід враховувати: умови попиту в регіоні, специфіку галузевої інфраструктури та структури економіки, регіональний бізнес-клімат, високий рівень трудової міграції, специфіку території (гірські райони), та інші.

Разом з тим вважаємо, що Закарпатська область має достатній потенціал та істотні резерви щодо економічного зростання через активний розвиток підприємницької діяльності.

**Молохович М. В.**

к.э.н., доцент

Белорусский государственный университет,  
г. Минск, Республика Беларусь

## **ВЛИЯНИЕ ОТРАСЛЕВОЙ СПЕЦИФИКИ НА УРОВЕНЬ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ**

Стремление занять лидирующие позиции на рынке присуще каждому хозяйствующему субъекту независимо от сферы и масштабов его деятельности, что обуславливает потребность выработки эффективных механизмов поведения в условиях инновационного развития экономики, учитывающих новые возможности и перспективы, открываемые происходящими переменами. При этом особое внимание следует уделять активизации инновационной деятельности на предприятиях различных отраслей и секторов народного хозяйства, выступающей основой их устойчивого развития. Ведь, в современном мире только инновационно активные хозяйствующие субъекты способны успешно конкурировать, производить востребованную, пользующуюся повышенным спросом продукцию, осваивать новые рынки и длительное время удерживать на них позиции. В силу этого исследованию возможностей и способов активизации инновационной деятельности хозяйствующих субъектов посвящены труды многих отечественных и зарубежных ученых. Однако, несмотря на довольно глубокое изучение данной проблематики, вопросы влияния отраслевой специфики на уровень инновационной активности организаций по-прежнему остаются недостаточно изученными и требуют дополнительной проработки. В этой связи исследование воздействия особенностей функционирования той или иной отрасли на уровень и интенсивность осуществления их хозяйствующими субъектами инновационной деятельности приобретает особую актуальность.

Как известно, каждая отрасль национальной экономики имеет свои специфические особенности, предопределяющие характер протекания в ней различных процессов и ведения хозяйственной деятельности. Оказывают они существенное влияние и на ход осуществления на предприятиях инновационной деятельности, проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, а так же на уровень их организации и характер полученных результатов. Учет данных особенностей в практике хозяйствования различных представителей отрасли способен принести им ощутимую выгоду, состоящую в возможности более четкого планирования своей деятельности, в более обоснованном подходе к разработке и реализации программ ее инновационного развития, в снижении рисков, связанных с созданием и внедрением инноваций. В свою очередь возможность достижения указанных преимуществ способна повысить заинтересованность хозяйствующих субъектов в активизации инновационной деятельности, что заставит их пересмотреть методы хозяйствования и подходы к использованию имеющихся в распоряжении трудовых, материально-сырьевых и финансовых ресурсов. Все это обуславливает потребность выявления факторов оказывающих наибольшее воздействие на инновационную активность предприятий и организаций ведущих отраслей национальной экономики, от эффективности функционирования которых во многом зависит не только уровень их развития, но и конкурентоспособность национальной экономики в целом.

Ключевыми отраслями экономики Республики Беларусь, составляющими основу ее функционирования, выступают промышленность, сельское хозяйство, строительство, торговля, транспортная деятельность, информация и связь [1]. Как уже было сказано, каждая из данных отраслей имеет ряд специфических особенностей, оказывающих существенное влияние на инновационную деятельность образующих ее субъектов и их инновационную активность. Значимость указанных отраслей в формировании инновационного потенциала страны трудно переоценить. Ведь, каждая из них имеет свой собственный инновационный потенциал, предпринимает попытки его наращивания и стремится вписаться в общую

концепцию инновационного развития экономики. Однако, особое место среди них все же принадлежит сфере информации и связи.

В условиях цифровой трансформации экономики отрасль информации и связи является самой инновационно развитой отраслью страны, находящейся под особым контролем государства. Она оказывает огромное влияние не только на деятельность других отраслей национальной экономики, но на все сферы жизни современного общества. В силу высокой значимости приоритетные направления ее развития определены на государственном уровне и прописаны в Государственной программе развития цифровой экономики и информационного общества на 2016-2020 годы, утвержденной Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 23 марта 2016 г. № 235. В свою очередь указанная программа разработана в соответствии со Стратегией развития информатизации в Республике Беларусь на 2016-2022 годы, одобренной Президиумом Совета Министров Республики Беларусь (протокол от 3 ноября 2015 г. № 26), законодательными актами Республики Беларусь, регулирующими вопросы информатизации, создания информационных технологий, систем и сетей, формирования информационных ресурсов, обеспечения защиты информации, и результатами научных исследований, а также практическим опытом создания и развития информационно-коммуникационных технологий [2]. Специфика рассматриваемой отрасли состоит в характере применяемых средств, инструментов и технологий, в интенсивности их развития и совершенствования, в способности упрощать и сокращать многие процессы, в непрерывном росте эффективности управления информационными потоками и т.д. Она накладывает отпечаток на все хозяйственные и общественные процессы, в том числе создавая условия и возможности для осуществления инновационной деятельности на предприятиях промышленности, сельского хозяйства, торговли и других отраслей.

Не менее специфичной, хотя и кардинально отличающейся от сферы информации и связи, является отрасль сельскохозяйственного производства. На сегодняшний день сельское хозяйство является одной из наименее инновационно развитых отраслей республики, а его субъекты, как правило, предпочитают традиционные методы хозяйствования, не особо стремясь к осуществлению инновационной деятельности. Вместе с тем современный мир предъявляет новые требования к деятельности всех без исключения хозяйствующих субъектов, в том числе и к представителям аграрного сектора экономики, что заставляет их пересматривать существующую практику деятельности и искать наиболее приемлемые варианты ее инновационного переустройства. В качестве характерных признаков сельского хозяйства, выделяющих его среди всех иных отраслей национальной экономики и оказывающих существенное влияние на уровень, характер и направленность осуществления инновационной деятельности, следует выделить, прежде всего, особую роль природно-климатических, экологических и социально-демографических факторов. В частности, именно неблагоприятное воздействие природно-климатических факторов побуждает ученых создавать, а сельскохозяйственных товаропроизводителей применять инновационные технологии, позволяющие минимизировать их негативное влияние. Резкое ухудшение экологической обстановки заставляет искать новые способы ведения хозяйственной деятельности, обеспечивающие снижение негативных последствий научно-технического прогресса либо получение дополнительного эффекта от внедрения его достижений. Что касается социально-демографических факторов, то их роль в инновационном развитии сельскохозяйственных организаций порой даже более значима нежели роль экономических или технологических факторов. Ведь, аграрные предприятия чаще всего находятся в сельской местности, что негативно сказывается на их обеспеченности трудовыми ресурсами. К тому же данные предприятия являются наименее привлекательными с точки зрения трудоустройства, так как во многих случаях не способны обеспечить своим работникам высокий уровень доходов. В тоже время наличие и качественный состав трудовых ресурсов напрямую влияют на уровень инновационной активности сельскохозяйственных организаций. А это означает, что умелое управление природно-климатическими,

экологическими и социально-демографическими факторами развития отрасли, направленное на минимизацию их негативного воздействия и извлечение максимальной выгоды из их благоприятного влияния, создаст стимулы для активизации инновационной деятельности и условия для повышения эффективности ее осуществления.

Специфическим признаком промышленной отрасли является ее тесная связь с научной сферой, а также тесное сотрудничество с организациями инновационной инфраструктуры. Благодаря этой особенности промышленность является одной из наиболее инновационно развитых отраслей республики, способной быстро реагировать на вызовы современности. Также в качестве характерной особенности данной отрасли, влияющей на уровень развития и эффективность осуществления в ней инновационной деятельности, следует выделить высокую значимость политических факторов. В этом случае ключевая роль политических факторов определяется их интенсивным воздействием на уровень организации международного сотрудничества в сферах научных разработок, обмена опытом, осуществления совместной поисковой, исследовательской и научно-технической деятельности.

Существенное влияние политических факторов на инновационную активность хозяйствующих субъектов присуще также торговле и транспортной деятельности, что можно отнести к специфике функционирования данных отраслей. Уровень развития международного сотрудничества и характер отношений с другими странами во многом обуславливают необходимость повышения инновационной активности представителей указанных сфер, так как проникновение на зарубежные рынки, осуществление международных грузоперевозок и организация эффективных транспортных потоков не представляются возможными без непрерывного создания, освоения и использования новшеств. Достаточно высокой значимостью в данных отраслях (особенно в торговле) обладают и социально-демографические факторы. Это объясняется тем, что необходимость развития инновационного потенциала указанных сфер, да и в целом потребность осуществления в них инновационной деятельности, а также характер и масштабы инноваций зависят именно от населения, его доходов, ценностей и потребностей. Что касается строительства, то внедрение инноваций в данной отрасли также во многом определяется социально-демографическими факторами. Ведь, удовлетворение потребительских предпочтений является ключевой задачей строительных организаций, от решения которой напрямую зависит эффективность их функционирования. А как известно, только эффективные хозяйствующие субъекты способны осуществлять инновационную деятельность.

Таким образом, проведенное исследование показало, что каждой отрасли национальной экономики присущи свои специфические особенности, оказывающие существенное воздействие на уровень инновационной активности ее хозяйствующих субъектов. Знание данных особенностей и их учет при разработке программ инновационного развития позволит не только активизировать инновационную деятельность представителей отрасли, но и существенно повысить эффективность ее осуществления.

#### **Список использованных источников**

1. Экономика. Официальный интернет-портал Президента Республики Беларусь. URL: [http://president.gov.by/ru/economy\\_ru/](http://president.gov.by/ru/economy_ru/).
2. Государственная программа развития цифровой экономики и информационного общества на 2016–2020 годы. URL: <http://www.government.by/upload/docs/file4c1542d87d1083b5.PDF>.

## ФРАНЧАЙЗИНГОВІ МЕРЕЖІ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Франчайзинг визнаний у всьому світі ефективним економічним інструментом, основне призначення якого – розвиток малого бізнесу. Доказом даного твердження є те, що цей шлях розвитку, активно використовують такі лідери світового товарного ринку, як CocaCola, McDonald's, ІКЕА тощо [1]. На думку, автора використання франчайзингу як форми організації бізнесу в Україні, слід розглядати як спосіб “оздоровлення” конкурентоздатності вітчизняних підприємств, які втрачають свої ринки збуту. Проте в інноваційному бізнесі України франчайзинг ще не набув широкого поширення, хоча потенційні можливості для його впровадження досить великі. Основним фактором, що стримує розвиток франчайзингу в нашій країні, є невідповідність між жорсткими єдиними стандартами, критеріями, що встановлюються франчайзером, і специфічними конкретними умовами роботи франчайзі [2].

Автор відзначає, що особливо важливим у процесі організації франчайзингової діяльності є вибір виду франчайзингу. Адже саме від класифікаційної ознаки та відповідного змісту конкретного виду франчайзингу, залежить стратегія подальшої діяльності, швидкість розширення бізнесу, ризики пов'язані з започаткуванням бізнесу, а також система контролю виробника за збутом власної продукції.

Франчайзингові мережі (надалі – ФМ) утворюються в різних сферах діяльності. Автор пропонує розділити ФМ залежно від території або зони функціонування на: 1) міжнародні – створені національними та іноземними компаніями, які функціонують в інших країнах; 2) національні – створені національними контрагентами та функціонують у межах країни. Залежно від кількості торговельних марок, якими володіє франчайзер, ФМ доцільно поділяти на: 1) прості; 2) диверсифіковані (рис. 1).

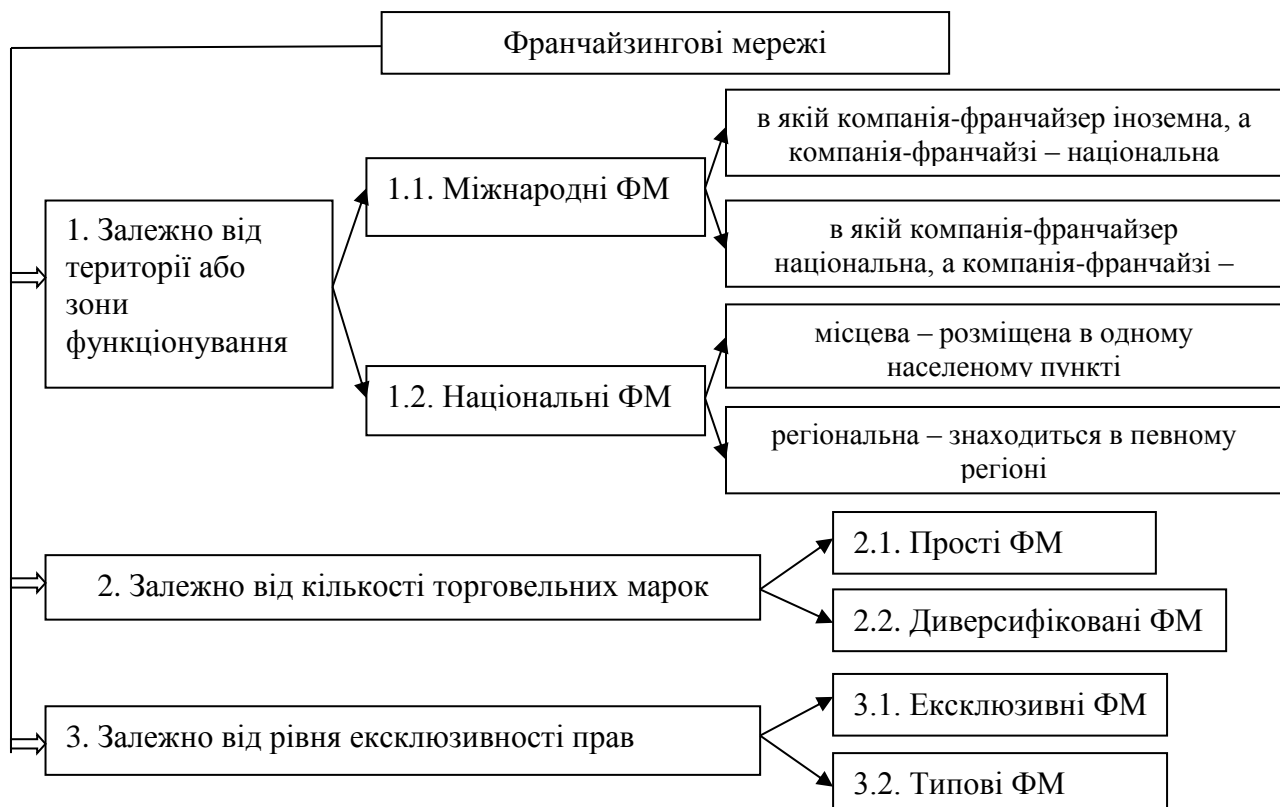


Рис. 1. Класифікація франчайзингових мереж (побудовано автором)



Відповідно до авторського тлумачення, прості ФМ утворюються суб'єктами господарювання під егідою однієї торговельної марки на умовах франчайзингу. До їх складу входять підприємство франчайзера та від однієї до кількох сотень бізнес-одиниць франчайзі, які функціонують на підставі отриманих від франчайзера франшиз і займаються єдиним видом діяльності. Диверсифіковані ФМ – мережі, до складу яких входять бізнес-одиниці франчайзі, що координуються одним франчайзером, але діють на ринку під різними торговельними марками, та мають право займатися різними видами діяльності.

Залежно від рівня ексклюзивності прав, наданих франчайзером франчайзі, автор поділяє ФМ на: 1) ексклюзивні – на визначеній території створюється та функціонує ФМ тільки однієї франчайзі від безпосереднього франчайзера; 2) типові – на визначеній території створюється та діє ФМ, всередині якої конкурують кілька підприємств франчайзі та франчайзера.

Таким чином, переваги франчайзингу зумовлюють його місце в маркетингу інновації (зокрема, брендової). Це твердження вичерпно ілюструє кожна зі складових процесу маркетингу інновації на ринку. Зокрема, якщо розглядати таку складову процесу маркетингу як товар, то з позицій переваг франчайзингу витікає, що використання гудвілу товаровиробника-франчайзера дозволяє прискорити процес продажу інноваційного товару під відомою маркою (брендом). Якщо брати до уваги таку складову маркетингового процесу, як ціна, то слід відзначити, що у разі просування брендової інновації через мережу франчайзингових одиниць, витрати для “проникнення” на ринок суттєво зменшуються, так як: бренд вже відомий і користується попитом; ціна встановлюється франчайзером із врахуванням витрат обігу й отримання роялті. Коментуючи таку складову маркетингового процесу, як стимулювання, то слід підкреслити, що франчайзі діє під егідою відомої торговельної марки (бренда), що спрощує процес стимулювання та сприйняття інновації ринком. Витрати з введенням товару на ринок є більш низькими, оскільки торговельна марка вже добре відома. З точки зору останньої складової процесу маркетингу інновації на ринку – збут і товаропросування – слід відзначити, що розгалужена мережа франчайзингових одиниць, є більш ефективною в їх наближенні до кінцевого споживача, що дозволяє максимально розширити збутову структуру.

Таким чином, можна зробити ряд висновків: 1) найбільш повною фінансовою схемою залучення інвестиційних ресурсів в інноваційну діяльність є франчайзинг; 2) залучення франчайзера до інноваційного процесу та зацікавленість в отриманні інновації сприяє навчанню персоналу малого підприємства, впровадженню наукових результатів у виробництво, розповсюдженню сучасних технологій та інноваційної продукції; 3) діяльність під егідою відомої торговельної марки, надає можливість суб'єктам малого бізнесу для прискореного виходу на внутрішні та зовнішні ринки; 4) франчайзинг створює умови для помірної ризику, витрат і доходів, із чого випливає, що в умовах обмеження фінансових та ресурсних можливостей, саме цей вид договірних відносин, сприяє розвитку малих інноваційних підприємств і підвищення їх конкурентоздатності; 5) створення партнерських відносин між малими інноваційними та великими підприємствами є необхідним, оскільки дозволяє реалізувати їм інноваційний потенціал, а внаслідок цього підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки та вплинути на прискорення становлення національної інноваційної системи країни.

Отже, запропонована класифікація ФМ – є адаптованою до економічної ситуації в Україні та специфіки розвитку національних франчайзингових відносин. Вона допоможе українським підприємцям у розумінні сутності формування та функціонування ФМ, а також у виборі більш прийнятною для них моделі франчайзингу.

#### **Список використаних джерел**

1. Каталог франшиз Україна. URL:<http://franchise.ua/>.
2. Франчайзинг, або що таке франшиза: суть бізнес моделі, плюси та мінуси. URL:<https://homebiznes.in.ua/franchajzynh-abo-scho-take-franshyza-sut-biznes-modeli-plyusy-ta-minusy/>.

## **НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ БІЗНЕС-ТЕХНОЛОГІЙ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ**

Перехід економіки до інформаційної фази розвитку вплинув на зміну концептуальної орієнтації комерційного бізнесу, який все більше стає інтелектуальним, креативним і клієнтоорієнтованим. Ритейлери в сучасних умовах намагаються підвищити ефективність функціонування відразу в декількох сферах діяльності, щоб отримати конкурентні переваги: 1) вибір точки продажу з максимальним графіком; 2) підвищення рівня лояльності покупців тощо [1]. Одночасно менеджмент торговельних підприємств прагне мінімізувати витрати обігу, більш раціонально використовувати торгові площі, підвищити обсяг середнього товарного чеку, частоту покупок і в результаті вийти на приріст рентабельності. Вважаємо, що такий прямолінійний підхід, незважаючи на очевидну економічну привабливість, ігнорує головний орієнтир комерційного бізнесу – пошук шляхів задоволення потреб споживачів. Із метою подолання такого протиріччя виникає потреба впровадження інновацій, які можуть радикально перетворити технологію торговельного підприємства. На наш погляд, основний акцент в інноваційній діяльності слід зробити на організаційно-управлінські дії ритейлерів, щоб впровадити принципово нові ідеї, які задовольняють потреби кожного покупця.

На думку авторів, специфіка організації торговельної діяльності обґрунтовує доцільність застосування системного підходу, який визначається як бачення складових частин цілого у взаємозв'язку, що має на вході ресурси, а на виході результати. Розуміння особливостей торгово-технологічної системи дозволяє акцентувати зусилля менеджменту торговельних підприємств на специфічних напрямках реалізації інноваційних бізнес-технологій. Під інноваційними бізнес-технологіями в торгівлі пропонується розуміти сукупність методів, прийомів, послідовність операцій і процедур, тісно пов'язаних із існуючими засобами, обладнанням, інструментами і матеріалами, які дозволяють формувати той чи інший вид інновацій у сфері товарного обігу.

Досліджуючи практику розвитку торгово-технологічних систем, можна виокремити наступні напрями реалізації інноваційних бізнес-технологій: 1) інформатизація; 2) кастомізація; 3) інтеграція (табл. 1).

Основні тренди в інформатизації роздрібною торгівлі – хмарні зберігання й обчислення, управління масивами даних і предиктивна аналітика, системи лояльності, штучний інтелект, інтернет товарів і віртуальна реальність. Застосування цих засобів передбачає необхідність розробок для забезпечення кібербезпеки. Прогнозування попиту та автоматизація замовлень, управління ціноутворенням, через використання накопичених даних і математичних систем розрахунку дозволяє уникнути помилок і скоротити витрати обігу. В результаті торговельне підприємство оптимізує асортимент і обсяг товарних запасів, знижує рівень списань і повернень, ефективно регулює обсяги продажів за рахунок обґрунтованого ціноутворення.

Інший напрям розвитку бізнес-технологій в сфері роздрібною торгівлі кастомізація – утримання вже існуючих і залучення нових клієнтів через ідентифікацію клієнтів. Технологічна основа для реалізації цього напрямку – збір інформації про потенційних покупців, її аналіз (великі дані) і формування програм лояльності, запуск промо акцій, перебудова торгових форматів і концептів магазинів, що дозволяє збільшити обсяг продажів. Такі рішення дозволяють визначити особу покупця, його маршрут руху по торговельній одиниці і, відповідно супроводжувати покупця в інтерактивному режимі протягом усього процесу вибору товару, навіть без залучення персоналу магазину.

**Напрями реалізації інноваційних бізнес-технологій у роздрібній торгівлі**

Напрямок	Інструменти	Результат
Інформатизація	Автоматизація бізнес-процесів	Системи обліку та інвентаризації майна, автоматизація складу
	Хмарні обчислення та віртуалізація	Віртуалізація ІТ-інфраструктури торговельного підприємства
	Управління комп'ютерними системами	Інтегровані апаратно-програмні комплекси віртуалізації
	Центри обробки та бази даних	Серверні системи зберігання та переробки бази даних
	Інтеграція мобільних пристроїв із корпоративною ІТ-інфраструктурою	Мобільний офіс і мобільна торгівля (трендінг, вендинг, платіжні термінали)
Кастомізація	Застосування нового концепту магазину	Адаптація торговельного об'єкту до територіальних і поведінкових особливостей ринкового сегменту
	Ідентифікація споживачів	Розробка інноваційних програм лояльності. Комунікування з кожним покупцем
	Зміна формату бізнесу	Зміна або трансформація торговельного формату
	Вихід на нові ринки	Створення представництв, філій. Франчайзинг
Інтеграція	Трансформація системи взаємодії торговельних (структурних) одиниць	Перепідпорядкування бізнес-одиниць
	Реінжиніринг бізнес-процесів	Удосконалення діючих, розробка нових бізнес-процесів
	Переорієнтація бізнесу	Зміна профілю діяльності (оптова, дрібно-оптова, віртуальна торгівля)
	Поглинання	Приєднання торговельного підприємства, розподільних центрів тощо

*Джерело: систематизовано авторами на основі [2].*

Консолідація сфери ритейлу – це стійкий тренд у розвитку роздрібно торгівлі країни протягом останніх десятиліть. Між торговельними підприємствами та виробниками формуються мережеві відносини. Істотну загрозу для українських товаровиробників становлять глобальні роздрібні торговельні мережі. Масштаби діяльності крупноформатних торговельних підприємств, їх концентрація та вплив дозволяють зробити висновок, про вагомості зміцнення конкурентних позицій ритейлерів, які володіють поличним простором, і знають про своїх споживачів більше, ніж будь-який товаровиробник.

На думку авторів, інновації в розвитку роздрібно торгівлі пов'язані не стільки зі зміною технологій, скільки з трансформацією купівельної поведінки споживачів. Формується так звана бімодальна ІТ-архітектура, коли над базовими ІТ-системами з'являються надбудови – інноваційні сервіси для клієнтів, які відповідають новій клієнтській поведінці та можуть самостійно застосовувати практику бізнесу (електронна комерція).

Отже, між торговельними підприємствами та виробниками формуються мережеві взаємовідносини. Внаслідок цього, вважаємо, що процес розвитку торговельних мереж є однією із прогресивних бізнес-технологій торгівлі, яка спрямована на визначення форм і методів ефективної взаємодії зі споживачем.

**Список використаних джерел**

1. *Shaping the Future of Retail for Consumer Industries*. URL: <https://www.weforum.org/reports/>.
2. *Огляд TAdviser IT в ритейлі 2019*. URL: <http://www.tadviser.ru/index.php/>.

## ЕФЕКТИВНІСТЬ МОНЕТАРНОГО ТРАНСМІСІЙНОГО МЕХАНІЗМУ В УКРАЇНІ

Монетарна політика як одна з провідних видів економічної політики держави впливає на результативність функціонування не лише банківсько-фінансового сектору, а національної економіки загалом, позначається на діяльності усіх суб'єктів економічних відносин. Регулювання інфляції є ключовим в реалізації стратегій грошово-кредитної політики, оскільки показники інфляції та її соціально-економічні наслідки складають основу оцінки економічного стану держави. Успішність монетарної політики та реалізації стратегії інфляційного таргетування тісно пов'язана з ефективністю монетарного трансмісійного механізму. Він покликаний передавати зміни у грошово-кредитній політиці центрального банку до фінансового сектору економіки, а також спрощувати застосування сукупності каналів та зв'язків прямої та оберненої дії.

Основними напрямками підвищення ефективності монетарної політики в контексті реалізації стратегії інфляційного таргетування, що передбачає недопущення значних інфляційних коливань та забезпечення цінової стабільності згідно з проголошеним таргетом, є: – створення відповідних макроекономічних передумов для реалізації даного монетарного режиму та ґрунтовна аналітична підтримка, що підвищить прогнозованість і керованість сегментів національної економіки; – транспарентність в роботі регулятора, дотримання передбачуваності та прозорості дій для зростання ступеня довіри населення та бізнесу до представників монетарної влади в Україні; – розвиток фондового та фінансових ринків, налагодження взаємозв'язку стратегії НБУ та комерційних банків, запровадження реформи банківської, податкової сфери; – зниження рівня доларизації та детінізація вітчизняної економіки, що посилять можливості оперативного впливу на ситуацію з метою дотримання проголошених орієнтирів; – відмова від практики адміністративних обмежень у валютному регулюванні, що виявилась малоефективною при забезпеченні поповнення золотовалютних резервів та зниженні девальваційного тиску; – підвищення результативності застосування інструментарію монетарної політики, першочергово облікової ставки, як ключової та базової на грошовому ринку; – підвищення дієвості каналів монетарного трансмісійного механізму.

У сучасних фінансових системах виділяють низку каналів монетарної трансмісії. Загалом їх можна умовно поділити на традиційні: процентний, який поділяється на канали доходу та заміщення; кредитний; канал валютного курсу; та нетрадиційні: канал цін активів; канал ліквідності; монетаристський та інфляційний канали тощо. Дослідимо ефективність монетарного трансмісійного механізму у розрізі процентного, кредитного та каналу обмінного курсу.

Дія процентного каналу полягає у тому, що збільшення номінальної грошової маси знижує відсоткову ставку, це, своєю чергою, стимулює зростання інвестицій і сукупних витрат, а в кінцевому результаті і обсягу виробництва. З метою посилення дієвості процентного каналу необхідним є дотримання таких напрямів процентної політики: 1) з метою забезпечення подальшого зниження темпів інфляції утримувати на позитивному рівні ставки Національного банку України щодо рівня інфляції; 2) поступово звужувати процентний коридор за депозитними та кредитними ставками овернайт, що дозволить збільшити ефективність впливу центрального банку країни на формування короткострокових процентних ставок на грошово-кредитному ринку; 3) посилити дотримання транспарентності в роботі регулятора шляхом оприлюднення інформації щодо перспектив динаміки процентних ставок Національного банку, що дозволить учасникам ринку отримати чіткі процентні орієнтири при регулюванні власної ліквідності в умовах прозорості та передбачуваності монетарної політики; ) відмова від практики використання монетарної бази у якості операційного орієнтиру монетарної політики у регулюванні пропозиції грошей з

застосуванням процентного каналу (облікової ставки та ставок за операціями постійного доступу, що формують процентний коридор, ставок овернайт на міжбанківському ринку); 5) мінімізація волатильності та уникнення різких кроків у коригуванні облікової та інших процентних ставок регулятором.

Суть кредитного каналу полягає в тому, що збільшення норми обов'язкового резервування призводить до зниження обсягу вільних резервів і змушує банки скорочувати обсяги кредитування реального сектора економіки. Внесок кредитного каналу в монетарний трансмісійний механізм має незначну потужність (якщо взагалі має). По-перше, після фінансово-економічної кризи 2014-2015 років комерційні банки надають перевагу кредитуванню надійних позичальників безвідносно до монетарних умов. Особливо це стосується банків, що постраждали від війни на сході України. Такі банки більш схильні до зниження пропозиції кредитів, насамперед у регіонах, більш віддалених від їхніх центральних офісів. По-друге, стрімке відновлення кредитування з боку банків (пропозиція кредитів) стримується передусім інституційними факторами – низьким рівнем захисту прав кредиторів. По-третє, великі корпорації, особливо експортери, мають альтернативу банківському кредитуванню у вигляді запозичень від материнських компаній та розміщень на ринку єврооблігацій. По-четверте, залежність корпоративного сектору від банківського кредиту є відносно низькою – у 2017 році за рахунок кредитів фінансувалися лише 5,3% інвестицій [1, с. 31].

Дія каналу обмінного курсу полягає в тому, що в разі зниження внутрішніх відсоткових ставок попит на національну валюту зменшується, що призводить до зниження номінального і реального курсів національної валюти, а отже, до зростання чистого експорту і сукупного попиту. Також канал обмінного курсу – це вплив його змін на макроекономічні показники, зокрема інфляцію. Обмінний курс не лише впливає на інфляцію безпосередньо через ціни імпортованих товарів, ефекти на експортні товари та собівартість виробництва, а також через сукупний попит і балансові ефекти.

Зв'язок між обмінним курсом та інфляцією традиційно вважається в Україні найсильнішим і найшвидшим. З одного боку, це зумовлено значною увагою населення до показників обмінного курсу внаслідок тривалої практики жорсткої прив'язки. З іншого боку, українська економіка характеризується високим рівнем відкритості та високим рівнем доларизації. З метою підвищення ефективності каналу обмінного курсу необхідним є здійснення таких кроків як забезпечення збалансованої валютної структури банківських кредитів і депозитів, стимулювання своєчасного повернення в Україну валютних коштів підприємств-експортерів, подальше накопичення золотовалютних резервів, ухвалення сучасної системної законодавчої бази про валютні деривативи, що дасть змогу активніше використовувати в Україні наявні інструменти валютного ринку (свопи, ф'ючерсні та форвардні контракти) та стимулює розбудову його повноцінної інфраструктури [2, с. 76].

Отже, діючий в Україні механізм монетарної трансмісії не є досконалим і потребує перегляду та підвищення ефективності дії всіх його складових. Визначальними факторами стримування його ефективності залишаються посилення ролі процентної політики центрального банку, підтримка реформ в банківській сфері, удосконалення валютно-курсової політики.

#### **Список використаних джерел**

1. Жолудь О., Лепушинський В., Ніколайчук С. Дієвість монетарного трансмісійного механізму в Україні після впровадження інфляційного таргетування. Вісник Національного банку України. 2019. № 247. С. 20–40.
2. Дребот Н. П. Вплив монетарного трансмісійного механізму на макроекономічну стабільність в Україні. Науковий вісник НЛТУ України. 2017. Т. 27. № 7. С. 74–77.

## ДО ПИТАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ВАГОВИМІРЮВАЛЬНИМ ОБЛАДНАННЯМ

В сучасних економічних умовах в галузі торгівлі продовольчими товарами все більшу вагу набувають оптові підприємства (оптові продовольчі ринки, оптові склади мережених магазинів, тощо). Оптова ланка забезпечує якісне виконання операцій по відпуску продовольчих товарів у роздрібні торгові підприємства з використанням відповідного ваговимірювального обладнання.

В умовах дефіциту валютних коштів все більшої ваги набуває використання ваговимірювального обладнання вітчизняних виробників.

Питанням присвяченим забезпеченню торговельним обладнанням висвітлені в працях вітчизняних науковців: Апопія В. В., Ситник Н. С., Підкамінного І. М., Дейниченко Г. В., Совершенної І. О. тощо. У зарубіжних працях розглянуто зазначеної категорії присвячено праці таких науковців: Маркидес К., Портер М., тощо.

За останні роки в Україні, починаючи з 2014 року, спостерігається зростання питомої ваги продовольчих товарів в загальному товарообороті.

Актуальним постає питання оснащення оптових та дрібнооптових торговельних підприємств сучасним ваговимірювальним обладнанням, яке необхідне в технологічному процесі доведення продовольчих товарів з оптової ланки в роздрібну торговельну мережу.

Перед торговими підприємствами, що здійснюють реалізацію товарів оптовими і дрібнооптовими партіями постає завдання вибору цього обладнання. Основними критеріями при виборі ваговимірювального обладнання для оптових підприємств на думку автора повинні бути:

- методи відпуску товарів та способи їх транспортування;
- асортимент реалізуємих продовольчих товарів на підприємстві та їх фасування;
- особливості процесу зважування товарів і тари;
- візуалізація інформації про кількість та якість товару, який відпускається з оптової ланки;
- потреба в з'єднанні з локальною мережею торговельного підприємства.

Сучасна наукова думка рекомендує здійснювати підбір ваговимірювального обладнання використовуючи методику запропоновану Дейниченко Г. В., Горелковим Д. В., Червоним В. М. [3] (Харківський державний університет харчування та торгівлі).

Для визначення необхідної кількості ваг  $n$ , шт., необхідно знати їх тип та технічні характеристики. Розрахунок проводиться за формулою:

$$N = \frac{Q}{P};$$

де  $Q$  – кількість товарів, що реалізуються за зміну, кг;  $P$  – пропускна спроможність ваг за зміну, кг.

В Україні на даному етапі виробляється таке ваговимірювальне обладнання:

- Харківська інженерно-виробнича компанія “Техніка”: ваги товарні (платформні) в асортименті; кранові ваги серії OCS, та ін.;
- компанія “Восток”: автомобільні ваги в асортименті; ваги платформні в асортименті; ваги палетні електронні в асортименті; рохла ваги в асортименті; рейкові електронні ваги тощо.

На основі проведених досліджень можемо зробити наступні висновки:

- що частка торгівлі продовольчими товарами в Україні буде залишатися високою у зв'язку з низькою купівельною спроможністю населення;
- забезпечення роздрібною мережею продовольчими товарами буде здійснюватися в основному через потужні оптові торговельні підприємства котрі вимагають оснащених

новим ваговимірювальним обладнанням. При виборі даного обладнання необхідно керуватись наступними основними критеріями: ціна та надійність обладнання. Саме тому оптовими торговельним підприємствам необхідно надавати перевагу обладнанню вітчизняного виробництва. У процесі вибору ваговимірювального обладнання доцільно використовувати наукові підходи щодо розрахунку потреби в даному обладнанні.

#### Список використаних джерел

1. Аноній В. В., Ситник Н. С. Характер сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України. URL: // file:/// C: / Documents % 20and % 20Settings / User / % D0 % 9C % D0 % BE % D0 % B8 % 20 % D0 % B4 % D0 % BE % D0 % BA % D1 % 83 % D0 % BC % D0 % B5 % D0 % BD % D1 % 82 % D1 % 8B / Downloads / Torg\_2011\_13\_3.pdf.
2. Дейниченко Г. В., Горєлков Д. В., Червоний В. М. Обладнання підприємств торгівлі. Опорний конспект лекцій. URL: <http://oborud-hduht.kh.ua/wp-content/uploads/2014/09/3.%D0%9E%D0%BF%D0%BE%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82.pdf>.
3. Сергєєва О. Р. Обладнання підприємств торгівлі. Опорний конспект лекцій. URL: /<http://oborud-hduht.kh.ua/wp-content/uploads/2014/09/3>.

**Сороківський В. М.**

к.ф.-м.н., доцент,

**Кузьма Х. В.**

к.е.н., старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет,

**Папка О. С.**

к.е.н., старший викладач

Львівський інститут економіки і туризму

### СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

В світовій практиці розвинених країн страхові компанії та банки є найбільш впливовими інституційними інвесторами, а інвестовані ними кошти – важливим джерелом фінансування економічного розвитку. Роль страхових компаній як активних учасників інвестиційних процесів (постачальників капіталу) визначається обсягами ресурсів, якими вони розпоряджаються. Тому існує потреба у визначенні факторів та розробці напрямів нарощення їх капітальної бази.

Особливості формування інвестиційних ресурсів страхових компаній на відміну від інших суб'єктів господарювання, зумовлені самою специфікою страхування. Окремі аспекти діяльності страхових компаній, формування та використання їх фінансових ресурсів розглядають у своїх працях Ю. Баглюк [1], О. Гаманкова [2], Г. Козоріз [3] та інші.

На основі аналізу статистичних даних ми прийшли до висновку, що величина капіталу страхових компаній визначається, як правило, обсягом зібраних страхових премій, часткою перестраховування та рівнем страхових виплат.

Оскільки величина капіталу страхових компаній визначається, зокрема, величиною зібраних страхових премій, то при її аналізі ми пропонуємо скористатися статистичними методами аналізу часових рядів, які є більш універсальними з тієї точки зору, що дозволяють будувати прогнози моделі для будь-якого наперед визначеного ступеня точності (рівня довіри). У такому випадку за незалежну змінну приймають змінну часу  $t$ . Вона послідовно набуває значень  $1, 2, \dots, n$  – кількість заданих спостережень. Для нашого випадку  $n = 7$ .

Залежна змінна  $y$  – це значення соціально-економічного показника, що досліджується (в нашому випадку – обсяг валових страхових премій).

На основі наведених нижче даних про зібрані валові страхові премії за 2012-2018 роки (табл. 1) побудуємо діаграму розсіювання, зовнішній вигляд якої дозволить зробити певні припущення щодо форми кореляційної залежності  $\hat{y}(t)$  (лінійна, параболічна, степенева, показникова, гіперболічна) (рис. 1).

## Дані про зібрані валові страхові премії за 2012-2018 рр.

(млн. грн)

Роки	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
$y_L$	21508,2	28661,9	26767,3	29736,0	35170,3	43431,8	49367,5

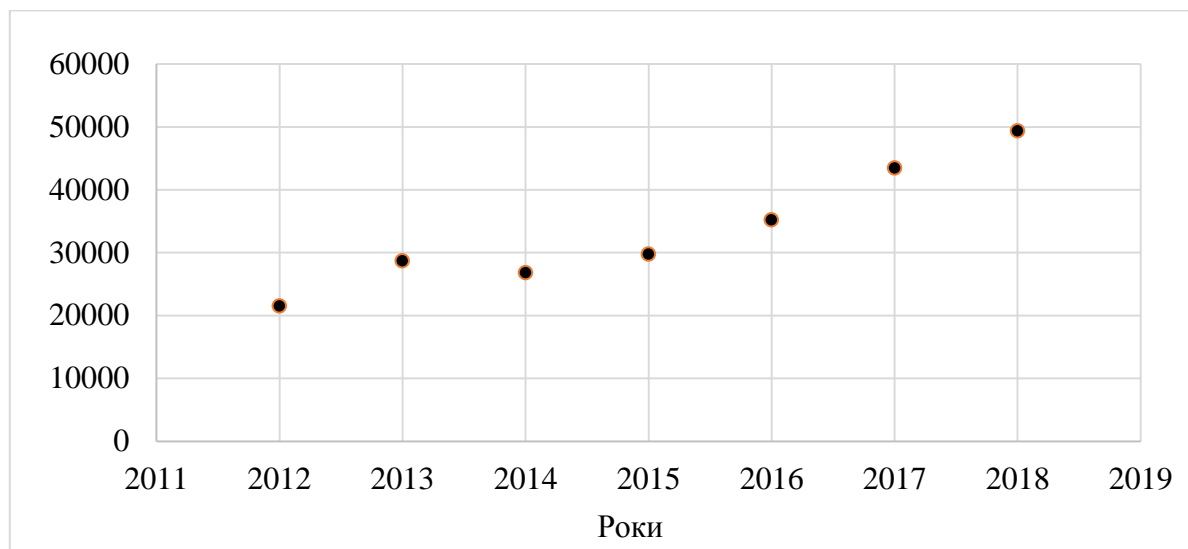


Рис. 1. Діаграма розсіювання значень валових страхових премій за 2012-2018 рр. (млн. грн)

З рис. 1 видно, що форма кореляційної залежності схожа на лінійну, тобто обриси точок на діаграмі нагадують пряму лінію. Отже, намагатимемося знайти рівняння цієї прямої у вигляді  $\hat{y} = \bar{\beta}_0 + \bar{\beta}_1 t$  – де  $\bar{\beta}_0$  і  $\bar{\beta}_1$  є розв'язками такої системи нормальних рівнянь:

$$\begin{cases} \bar{\beta}_0 n + \bar{\beta}_1 \sum_{i=1}^n t_i = \sum_{i=1}^n y_i \\ \bar{\beta}_0 \sum_{i=1}^n t_i + \bar{\beta}_1 \sum_{i=1}^n t_i^2 = \sum_{i=1}^n t_i y_i \end{cases}$$

У нашому випадку параметри  $\bar{\beta}_0 = 16160$ ,  $\bar{\beta}_1 = 4340$  і рівняння тренду матиме вигляд  $\hat{y}(t) = 4340t + 16160$ .

Перевірка моделі на адекватність – один із найважливіших етапів дослідження, оскільки неадекватні моделі позбавлені змісту. Її ми будемо робити за допомогою

спостережуваного значення  $\tau = \frac{\bar{\beta}_1}{\delta\bar{\beta}_0}$  t-критерію Стьюдента, де  $\sigma_{\bar{\beta}_1} = \frac{\sigma_\varepsilon}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (t_i - \bar{t})^2}}$ ,  $\sigma_\varepsilon =$

$$\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n e_i^2}{n-2}}, \quad e_i = y_i - (\bar{\beta}_0 + \bar{\beta}_1 t),$$

яке порівнюють із критичним значенням  $t_{кр} = t_\alpha$ ,  $n-2$ . Його шукають за таблицею критичних точок t-розподілу Стьюдента. В нашому випадку для рівня значущості  $\alpha = 0,05$  і  $n - 2 = 7 - 2 = 5$ ,  $t_{0,05;5} = 2,57$ . Якщо  $|\tau| > 2,57$ , то для рівня значущості  $\alpha = 0,05$  немає підстав відхилити гіпотезу про адекватність моделі.

Для наведеного часового ряду, для якого рівняння тренду  $\hat{y}(t) = 4340t + 16160$ , отримуємо, що  $\sigma_\varepsilon = 3241$ ;  $\bar{t} = 4$ ;  $\sum_{i=1}^n (t_i - \bar{t})^2 = 28$ ;  $\sigma_{\bar{\beta}_1} = \frac{3241}{\sqrt{28}} \approx 613,99$ ;  $\tau = \frac{4340}{613,99} \approx 7,07$ .



Оскільки  $7,07 > 2,57$ , то модель адекватна результатам спостереження, а рівняння регресії є придатним для прогнозування.

Значення  $\bar{\beta}_1 = 4340$  показує, що обсяги зібраних валових страхових премій щороку зростають в середньому на 4340 грн.

Величина  $R^2$  – коефіцієнт детермінації характеризує частку загальної дисперсії показника  $y$ , яка може бути пояснена регресією. Чим ближче значення  $R^2$  до 1, тим вищою є якість рівняння тренду для розрахунку прогнозних значень. В нашому випадку  $R^2 = 0,9095$  показує, що 90,95 % дисперсії результативної ознаки  $y$  пояснюється регресією, а 9,05% дисперсії обсягів зібраних валових страхових премій – впливом випадкових, не врахованих у моделі, факторів.

Точковий прогноз – це значення  $\hat{y}_{n+1}$  залежної змінної, розраховане для відповідного значення  $t=n+1$  на основі рівняння регресії  $\hat{y} = \bar{\beta}_0 + \bar{\beta}_1 t$ . Поклавши відповідно  $n = 1, 2, 3$ , отримаємо прогнози  $\hat{y}(2019) = 50880$ ;  $\hat{y}(2020) = 55220$ ;  $\hat{y}(2021) = 59560$ .

Оскільки внаслідок стохастичної невизначеності ми не маємо змоги оцінити міру точності знайденого точкового прогнозу, то на практиці поряд з ним вказують ще інтервальну оцінку для індивідуальних значень прогнозу  $y_{n+1}$ , яка при відповідному значенні  $t = n+1$  та рівні надійності  $\gamma$  ( $\gamma < 1$ ), близького до 1, має вигляд

$$\hat{y}_{n+1} - t_{\alpha, n-2} \sigma^*(t \pm n+1) \leq y_{n+1} \leq \hat{y}_{n+1} + t_{\alpha, n-2} \sigma^*(t \pm n+1),$$

$$\text{де } \sigma^*(t \pm n+1) = \sigma_\varepsilon \sqrt{1 + \frac{1}{n} + \frac{(n+1-\bar{t})^2}{\sum_{i=1}^n (t-\bar{t})^2}}.$$

$$\text{Тоді інтервальний прогноз } 50880 - 2,57 \cdot 3241 \sqrt{1 + \frac{1}{7} + \frac{16}{28}} < y_n < 50880 + 2,57 \cdot 3241 \sqrt{1 + \frac{1}{7} + \frac{16}{28}} \text{ або } 46634 < y_n < 55126.$$

Отже, з надійністю 95% можна стверджувати, що на наступний рік обсяги зібраних валових страхових премій лежатимуть в межах від 46634 до 55126 млн грн.

#### Список використаних джерел

1. Баглюк Ю. В. *Страховий ринок України: капіталізація та конкуренція*. Фінанси України. 2012. № 4. С. 67–75.
2. Гаманкова О. О., Хлівний В. К. *Страховий ринок України у глобальному страховому просторі*. Фінанси України. 2012. № 5. С. 58–67.
3. Козоріз Г. Г. *Капітал і капіталізація страхового ринку України: монографія*. К.: УБС НБУ, 2010. 327 с.

**Шалева О. І.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## ОСОБЛИВОСТІ МЕРЧЕНДАЙЗИНГУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ-НОВИНОК

При виведенні нового товару на ринок виробник вкладає значні кошти в рекламу для формування позитивного іміджу новинки, залучення цільової групи, створення та підтримання переваг торгової марки, з урахуванням того, що основним завданням нової продукції є оновлення асортименту та підвищення зацікавленості споживачів. Безперечно, всі ці заходи значною мірою виправдовують себе. Однак у тому разі, якщо покупець не зможе безперешкодно знайти новий товар в торговельно-економічному залі, або в нього не буде можливості скористатися спеціальною акційною пропозицією максимально швидко та безпосередньо в місці продажу, покупець, найімовірніше, не стане витрачати додаткові зусилля і придбає товар більш доступний або відомий. Тому в торговельній мережі необхідно вживати заходів, які б забезпечували ефективний мерчендайзинг товарів-новинок.

Для цього, перш за все, слід правильно визначити цільову групу покупців нового товару. Тут потрібно визначити торгові канали, у яких слід представити новинку, тобто фактично відповісти на питання, де покупець повинен насамперед знаходити цей товар. Якщо на ринок виводиться товар повсякденного попиту в дешевому чи середньому ціновому сегменті, найбільш оптимальним є його максимальне представлення за всіма торговими каналами (як в супер- і гіпермаркетах з широким асортиментом, так і в невеликих магазинах поблизу дому). Водночас пропозицію дорогих товарів доцільно зосередити у великих супермаркетах, спеціалізованих магазинах, ресторанах тощо, в яких покупець матиме змогу зробити вибір максимально спокійно, з отриманням детальної консультації, демонстрації чи дегустації.

Досить часто виробник стикається зі складністю представлення в кожній торговій точці широкої асортиментного ряду нової торгової марки. Однак слід враховувати, що чим ширшим є асортимент (не менш 3-4 позицій), а упаковка – різноманітніша, тим вірогідніше, що увага споживачів при першому “знайомстві” буде привернута. Наприклад, товар в невеликій упаковці необхідно розмістити на початку викладки, тоді покупець зазвичай купує новинку “на пробу”, витрачаючи на це незначні кошти, що суттєво мінімізує можливе незадоволення. Якщо ж від товару складеться позитивне враження, то лояльність покупця буде досить високою.

Разом з тим нова продукція не повинна витіснити будь-які позиції наявного асортименту (за винятком випадку, коли це є так званим “перезапуском” торгової марки за задумом виробника). Насамперед новинки створюються для представлення в новому сегменті ринку чи пропозиції унікальної продукції, що сприяє зростанню продажів. Однак сьогодні в торговельній мережі представлено надзвичайно широкий асортимент продовольчих товарів, тому виділити додаткове місце на полиці буває досить складно. Поки новинка не стала широко відомою, зазвичай її розміщують, дещо зменшивши площу викладки товарів-конкурентів (у деяких випадках – навіть товарів власних торгових марок) або використавши фірмове обладнання виробника, яке забезпечує збільшення корисної площі торгового залу. При цьому новий товар повинен бути розміщений саме в тому місці торгового залу, де з найбільшою імовірністю його помітять цільові споживачі.

Існує два принципових підходи до розміщення товарів-новинок в торговому залі, котрі забезпечують максимальне привернення уваги до них. У першому випадку виробник пропонує новий товар, аналогів якому в його асортименті немає, проте він є в конкурентів. Таким чином, пропозиція новинки – можливість “перетягнути на себе” частину покупців. Для цього новий товар можуть розміщувати поблизу продуктів-конкурентів. Коли ж товар стане відомим широкому загалу і позитивно себе зарекомендує, його зазвичай переміщують в корпоративний блок компанії-виробника.

Якщо ж виробник розширює асортимент або пропонує нову торгову марку в сегменті, де вже є його продукція, то новинку краще розміщувати поблизу своїх найбільш популярних позицій (при цьому слід врахувати, що товар-лідер буде “ділитися популярністю” з новим). У разі, якщо аналогів новинки на ринку не існує взагалі, її доцільно розміщувати в тих відділах, де представлені товари найбільш споріднені за споживанням. Наприклад, лактосоки (напої з молочної сироватки та плодових соків) Актуаль від Danone розміщують у відділах молокопродуктів.

Коли ж виробник “перезапускає” торгову марку, новинка повинна замінити собою старий товар. “Перезапуску” притаманні зміна ціни (зазвичай зростання) й упаковки, щоб кардинально змінити імідж торгової марки. В разі розміщення в торговому залі залишків старого товару покупець не сприйме лояльно нову ціну та, скоріш за все, обиратиме звичну для себе продукцію. Тому на практиці старі товари повністю і якнайшвидше вилучаються з точок продажу, а в наявному асортименті має бути представлена лише новинка.

Водночас навіть при застосуванні вищезазначених підходів існує певна імовірність, що потенційні покупці можуть не звернути увагу на новий товар. Основна причина цього – брак інформації про сам товар і його властивості. З такої ситуації можна вийти кількома способами. Так, якщо новинка є товаром специфічним, про який можна повідомити достатньо інформації, що б могла переконати покупця в корисності покупки (наприклад, при

продажу функціональних продуктів з дієтичною, детоксикаційною чи імуномодельюючою дією, дитячого харчування тощо), ефективним може бути залучення продавця-консультанта чи промоутера. Такі ж методи, як семплінг (стимулювання продажів шляхом безкоштовної роздачі пробних зразків, мініатюрних упаковок товару покупцям для ознайомлення з ним) і демонстрація, котрі проводяться в торговому залі, повинні бути максимально забезпечені товарними зразками в повному асортименті, інакше ефективність заходу суттєво знижується. В обох випадках важлива увага повинна приділятися комунікаційним здібностям і навичкам консультантів (промоутерів), проте такі заходи мають обмежені терміни та місце проведення.

Розрізняють такі методи семплінгу:

– Pack swap – обмін напівпорожніх пачок продукту (наприклад, жуйки чи снєків) на повну рекламованого товару;

– Dry sampling – покупцеві розповідають про товар, а його зразок він забирає з собою додому, оскільки спробувати відразу неможливо чи недоцільно (напівфабрикати, майонез, спеції);

– Wet sampling або дегустація – споживачам пропонують спробувати товар безпосередньо в місці проведення заходу. Так просувають напої, шоколад, печиво, снєки, ковбасні і хлібобулочні вироби;

– HoReCa sampling (від Hotel-Restaurant-Café) – пропозиція дегустування напоїв (у тому числі й алкогольних) та сигарет в ресторанах.

Ефективним способом при просуванні товарів-новинок є використання рекламних матеріалів. Їх основна перевага полягає в тому, що вони постійно знаходяться в торговому залі й інформують потенційних покупців. Крім того, споживач самостійно ознайомлюється з інформацією та аналізує її, не відчуваючи стороннього впливу (наприклад, консультанта). Також інформаційні листівки чи буклети покупець може забирати додому і, детально обдумавши свій вибір, повернутися за покупкою.

Для того, щоб рекламні матеріали допомагали реалізовувати новий товар, їх доцільно розміщувати поблизу точки продажу новинки в зоні безпосередньої видимості. В ряді випадків їх викладають у так званих місцях прийняття рішення, наприклад в ресторані чи кафе – на стійці бару, на столику, викладають в меню, яке подає офіціант; у магазині, де використовується продаж товарів через прилавок – поблизу робочого місця продавця.

#### **Список використаних джерел**

1. Антонова Н. Сто золотых советов для розницы : Мерчендайзинг товара-новинки. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=zjX09aVR6qI>.

**Шиндировський І. М.**

к.е.н., доцент,

**Чистякова О. О.**

магістрант

Львівський торговельно-економічний університет

## **РОЗДРІБНА ТОРГІВЛЯ СПОЖИВЧИМИ ТОВАРАМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЇЇ РОЗВИТКУ**

Роздрібна торгівля є важливою сферою формування споживчого ринку, дзеркалом відображення економічного розвитку країни, координуючою ланкою міжгалузевих і регіональних зв'язків, дійовим засобом задоволення потреб населення у товарах і послугах.

У 2018 році спостерігається зростання показників роздрібної торгівлі у фізичному обсязі. Так оборот роздрібної торгівлі у фактичних цінах за цей період склав 930,6 млрд. грн, що на 14,1 % більше аналогічного показника 2017 року. Позитивним доцільно вважати те, що оборот роздрібної торгівлі у порівняних цінах протягом 2017 і 2018 року зростав і становив відповідно 106,5 % і 106,2 % до попереднього року [3, с. 393, 398].

В структурі роздрібногo товарообороту підприємств у 2018 році продовольчі товари

складають 43,3 % загального обсягу. Темп зростання роздрібного товарообороту продовольчих товарів випереджає аналогічний показник по непродовольчих товарах. Аналіз роздрібного продажу окремих груп продовольчих товарів підприємствами роздрібною торгівлі в натуральному виміру показує, що по всіх позиціях спостерігається збільшення їх реалізації в 2018 році порівняно з попереднім роком [3, с. 400, 401, 402, 405].

У роздрібній торгівлі спостерігається тенденція стійкого скорочення кількості торговельних підприємств. Значний контраст у концентрації роздрібною мережі спостерігається між містом і селом. Із загальної чисельності магазинів торговельної мережі підприємств 81,0 % розташована в міських поселеннях і 81,8 % напівстаціонарних об'єктів торгівлі (кіоски, автозаправні станції). На сільську місцевість припадає 19 % магазинів і 18,2% напівстаціонарної мережі. В той же час на селі проживає третина населення країни, тобто близько 14,5 млн осіб і ця кількість має стійку тенденцію до скорочення [2, с. 427, 428].

На 10 тис. населення України на кінець 2017 року припадає 12 об'єктів роздрібною торгівлі підприємств. Забезпечення населення торговою площею також має тенденцію до зниження. Торгова площа магазинів на 10 тис. населення скоротилася до 1659 м<sup>2</sup>.

Із загальної чисельності магазинів об'єктів роздрібною торгівлі підприємств 41,5% є продовольчими (45 % торгової площі магазинів), а 58,5 % – непродовольчими (55 % торгової площі магазинів). Із напівстаціонарних об'єктів роздрібною торгівлі підприємств 43 % кіоски і 57 % – автозаправні станції, включаючи автомобільні газонаповнювальні компресорні станції [2, с. 428].

Частка спеціалізованих підприємств у загальній їх кількості продовольчих магазинів складає 14,6 %, а співвідношення торгових площ спеціалізованих продовольчих магазинів до їх загальної торгової площі складає 4,5 %. Рівень спеціалізації непродовольчих магазинів такий: за кількістю магазинів – 97,5 %, за торговою площею – 88,2 %. Протягом останніх років частка спеціалізованих підприємств в секторі торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами зростала.

Найбільша кількість підприємств роздрібною торгівлі зосереджена в місті Київ, Дніпропетровській, Львівській, Харківській областях [2, с. 431].

Нові технології та Інтернет призводять до змін, які відбуваються в роздрібній галузі в усьому світі, і українські ритейлери вже активно інвестують в розвиток нових технологій.

В даний час споживачі, які озброїлися технологіями, що дозволяють завжди залишатися на зв'язку і забезпечують більші можливості, ніж раніше, формують нові тенденції в купівельній поведінці. Відповідно сектор роздрібною торгівлі повинен радикально змінити власні методи та бути готовими до перетворень.

В цілому український споживач позитивно сприймає нові технології. Саме споживач буде підштовхувати роздрібні мережі в майбутньому до розвитку і впровадження передових технологій.

#### **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. Статистичний щорічник України за 2017 рік / за редакцією І. Є. Вернера. К. : Державна служба статистики України, 2018. 541 с.
3. Статистичний щорічник України за 2018 рік // за редакцією І. Є. Вернера. Житомир : ТОВ "Бук-Друк", 2019. 482 с.

## ДЕЯКІ АСПЕКТИ ПРАКТИЧНОГО ЗАСТОСУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЦІНОВОЇ ЕЛАСТИЧНОСТІ ПОПИТУ

Сільське господарство – це життєво важлива частина економіки. Його продукти завжди були однією з вагомих статей українського експорту.

Одне з найважливіших застосувань апарату пропозиції і попиту стосується сільського господарства, де цей апарат дає змогу зрозуміти неусталеність доходів фермерів та оцінити урядові заходи щодо їхньої стабілізації.

Ранній економіст Грегорі Кінг ще в XVIII ст. прийшов до висновку, що грошові надходження в сільське господарство змінюються обернено пропорційно до урожаю, цей висновок називають законом Кінга.

Нестабільність цін на сільськогосподарську продукцію пояснюється тим, що вони залежать від мінливої пропозиції і негнучкого, тобто нееластичного попиту. Розуміння еластичності дає змогу з'ясувати вплив зміни ціни на загальний виторг виробників.

За законом попиту величина попиту змінюється обернено пропорційно до зміни ціни. Але ця реакція відрізняється різною амплітудою в залежності від характеру товарів.

Еластичність попиту за ціною – це показник відсоткової зміни обсягу попиту при зміні на 1% ціни на товар уздовж даної кривої попиту на нього. Вона показує чутливість обсягу (величини) попиту до змін ціни товару за умови, що всі інші фактори, які впливають на попит, залишаються незмінними:

$$Ed = \frac{\% \Delta Q}{\% \Delta P}$$

За ступенем еластичності розрізняють такі типи попиту:

а)  $|Ed| > 1$  попит еластичний: при зростанні ціни на 1% обсяг попиту зменшиться більше, як на 1%;

б)  $|Ed| = 1$  попит з одиничною еластичністю: зміні ціни на 1% відповідає зміна обсягу попиту на 1%;

в)  $0 < |Ed| < 1$  – попит нееластичний: при зміні ціни на 1% обсяг попиту змінюється менш, як на 1%;

Виділяють також ще два крайні випадки: вкрай нееластичний попит  $|Ed| = 0$  та досконало еластичний попит  $|Ed| = \infty$ .

В узагальненому вигляді вплив еластичності попиту на реакцію загальних витрат споживача на придбання товару залежно від зміни ціни подано в таблиці 1. Знак + означає зростання виторгу, знак – спадання виторгу. Якщо еластичність дорівнює нулю, тобто попит не реагує на зміну ціни, будучи абсолютно нееластичним, то збільшення чи зменшення доходу продавця буде прямо пропорційним зміні ціни.

Таблиця 1

**Зміна виторгу залежно від ступеня еластичності попиту**

Еластичність попиту за ціною	Значення еластичності	Зміна виторгу	
		при зменшенні ціни	при збільшенні ціни
Еластичний	$E_d > 1$	+	–
З одиничною еластичністю	$E_d = 1$	0	0
Нееластичний	$E_d < 1$	-	+

Нееластичність попиту особливо проявляється стосовно продуктів харчування (коефіцієнт еластичності для зернових – 0,33; для картоплі – 0,32). Для продуктів сільського господарства, що являються сировиною для промисловості, попит відносно еластичний, оскільки залежить від майже незмінних потреб і еластичності попиту на промислових ринках.

Нестабільність пропозиції сільськогосподарської продукції пояснюється коливаннями в продуктивності, що пов'язані з погодними умовами або деякими біологічними явищами. Частково ця нестабільність компенсується коливаннями в споживанні, яке збільшується в урожайні роки і скорочується в неурожайні. В окремих випадках пропозиція буває переривчастою, оскільки це стосується продукції, яка має бути реалізована в найкоротші терміни або навіть в день доставки.

Ці особливості попиту і пропозиції спричиняють нестабільність цін і призводять до наступних наслідків: низький рівень виробництва відповідає зростанню ціни, загальний виторг в сільському господарстві зростає, високому рівню виробництва відповідають низькі ціни, грошовий дохід сільського господарства скорочується.

З точки зору виробників нестабільність сільськогосподарських цін повинна коректуватись в інтересах захисту доходів фермерів. Зниження цін і зменшення доходів не тільки порушує збалансованість фінансів окремих господарств, а й зменшує купівельну спроможність значної частини населення. В зв'язку з цим уряди країн завжди застосовують різні програми для підтримання рівнів доходів фермерів. Загальна аграрна політика країн ЄС відповідає цим вимогам.

**Скуратович А. Л.**  
старший преподаватель,

**Хильман Л. В.**

старший преподаватель

Белорусский государственный университет,  
г. Минск, Республика Беларусь

## **ЭТИКЕТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА – ВОЗМОЖНОСТЬ СДЕЛАТЬ БИЗНЕС КРАСИВО**

Этика и предпринимательство...Казалось, могут ли эти два понятия существовать в одном ключе? Оказывается – могут!

Мы живём в век высоких информационных технологий, глобализации, рыночных отношений, бесконечного потока денег и переговоров. Поэтому, складывается мнение, что этика и предпринимательство могут “существовать” вместе!

Основная сфера труда, функционирования предпринимателей – это рынок! Рынок – это не просто система экономических отношений между людьми, не просто “покупатель-продавец”, это сложная система взаимоотношений, в которой должны быть установлены свои правила, нормы, устои и т.п. Безусловно, каждая рыночная система регулируется различными законами, актами и т.д. Но кроме законов взаимоотношения людей в сфере предпринимательства регулируются неписаными законами, то есть этикой предпринимательства. Поэтому, открывается отдельная грань проблемы – этика предпринимательства.

С самым главным, с чем имеет дело предприниматель – это ни ресурсы, ни машины, ни техника и технологии, ни документами – это люди! Предприниматель постоянно имеет дело с людьми – он руководит ими, ведёт переговоры, налаживает коммуникацию, общается со специалистами, партнёрами. И от того, насколько хорошо он это делает, зависит его репутация и авторитет, а соответственно, и успех предпринимательского дела.

“Деловую этику можно рассматривать как свод моральных требований,

регулирующих бизнес отношения. Следование нормам деловой этики позволяет владельцам бизнеса в процессе осуществления предпринимательской деятельности и получать максимальную прибыль, и служить клиентам, потребителям, обществу, а также способствует самоочищению бизнессообщества и формированию позитивного образа предпринимателя” [2, с. 37].

“Белорусское бизнес-сообщество имеет некоторый опыт в формировании свода норм и правил деловой этики. Бизнес союз предпринимателей и нанимателей имени профессора Кунявского (БСПН) в апреле 2004 г. на XIV съезде одобрил в качестве этического кодекса 10 положений.

На ежегодной конференции, которая прошла 12 мая 2004 г. в Минске, представителями делового сообщества (Белорусской конфедерацией промышленников и предпринимателей (нанимателей), Белорусской научнопромышленной ассоциацией (БНПА) и Белорусским союзом нанимателей) была принята Хартия корпоративной и деловой этики, включающая также 10 пунктов” [3, 34].

В Беларуси есть Этический кодекс предпринимателя Республики Беларусь, принятый 5 марта 2007 г. на республиканской конференции “За свободное развитие предпринимательства” в г. Минске.

В нём отражены следующие принципы:

“Мы, представители предпринимателей Республики Беларусь, участники кампании “За свободное развитие предпринимательства” сознавая свою ответственность за судьбу страны, за формирование и развитие рыночной экономики, утверждения основ демократического правового государства; следуя культурным традициям предпринимательства цивилизованного мира заявляем о добровольном обязательстве следовать нормам предпринимательской этики в своей деятельности.

Мы будем следовать принципам:

- добропорядочности, справедливости и честности;
- ответственности бизнеса за осуществляемые им действия и уважения достоинства и интересов партнеров, работников и конкурентов;
- уважения прав человека и частной собственности. Частная собственность, свободное предпринимательство-залог благополучия общества. Права человека неотчуждаемы и принадлежат человеку от рождения” [4].

Об эффективности использования вышеупомянутых кодексов в белорусской бизнес-среде судить пока сложно. Однако можно выделить следующие недостатки:

1. наличие нескольких кодексов не способствует доверию со стороны общественности;
2. формальная закреплённость не гарантирует принятие норм и правил бизнес-этики субъектами предпринимательства;
3. отсутствуют отработанные механизмы внедрения правил предпринимательской этики в реальную практику бизнеса;
4. указывается на необходимость следования этическим принципам только членам общественных организаций предпринимателей, т.е. кодексы представляют собой документ “для внутреннего пользования посвященными”.

Интересен тот факт, что сейчас существует два направления отношений к этике бизнеса: “Сегодня в сфере бизнеса господствуют две точки зрения по поводу соотношения понятий этики и бизнеса. Последователи “делового макиавеллизма” утверждают, что нормы морали только мешают успеху в решении главной задачи бизнеса – получению прибыли, а потому моральный аспект бизнеса – понятие надуманное. Сторонники противоположной позиции, и таких становится в мире все больше, рассматривают этику не только как “необходимый нравственный императив поведения, но и как средство (инструмент), помогающее увеличить рентабельность, способствующее укреплению деловых связей и улучшению делового общения”. Данное утверждение основывается на том, что этическое поведение, являясь неотъемлемым компонентом становления и сохранения доверия как

механизма снижения риска, повышает эффективность бизнеса, минимизирует издержки, оказывает всепроникающее влияние на межличностное и межгрупповое поведение. Атмосфера доверия, обеспечивает улучшение обмена информацией, большую предсказуемость, большую надежность и взаимопонимание сотрудников; способствует открытости и готовности непредвзято слушать и воспринимать критику, уменьшению текучести кадров, а также снижению напряженности, возникающей между работниками. Условием поддержания доверия является честность и социальная ответственность всех сторон общения” [3, с. 23].

Лауреат Нобелевской премии Д. Норт, выступая перед делегатами Международной конференции в Техасе, сказал: “Западу потребовалось 500 лет для развития системы правил, норм поведения и общественных институтов, которые, как оказалось, привели к высокому уровню доходов... Более того... такой порядок вещей должен восприниматься как честный и справедливый. Он должен восприниматься как система, предоставляющая равные возможности, в которой один человек не эксплуатирует другого, в которой существуют политическая честность и экономическая справедливость”.

Мы можем сделать вывод, что в Беларуси нет единого свода, где будут собраны все принципы предпринимательской этики. Эта проблема становится открытой и все более острой в нашей стране. Это совсем не значит, что в Республике Беларусь не вводятся и не разрабатываются правила – они существуют, но актуальной становится необходимость обобщения данных документов в единый Кодекс (или свод норм и правил).

#### **Список использованных источников**

1. Петрунин Ю. Ю., Борисов В. К. *Этика бизнеса: учеб. пособие*. М.: Дело, 2000. 280 с.
2. Горши И. В. *Г 69 Философия бизнеса: методич. рекомендации по подготовке к семинарским занятиям*. Пинск: ПолесГУ, 2013. 61 с.
3. Сысоев И. П. *Этика бизнеса и делового общения: курс лекций для студентов специальности 1-27 01 01-16 “Экономика и организация производства (легкая промышленность)”*. Витебск : УО “ВГТУ”, 2013. 122 с.
4. URL: [http://www.qwas.ru/belarus/ucpb/id\\_50044](http://www.qwas.ru/belarus/ucpb/id_50044).

**Романович С. П.**

преподаватель, магистр экономических наук  
УО “Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина”  
г. Брест, Республика Беларусь

## **ОСНОВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА**

Понятие “устойчивое развитие” применяется в разных областях знаний, однако недостаточно внимания уделено обоснованию устойчивого развития региональных потребительских рынков. В данной работе представлен авторский подход к пониманию и обоснованию устойчивого развития регионального потребительского рынка. В этой связи в работе уточнены понятия регионального потребительского рынка, устойчивого развития регионального потребительского рынка, а также дана оценка развитию потребительского рынка Брестской области.

В научной литературе представлен не один подход к определению устойчивого развития. Так, например, с точки зрения Т.В. Усковой под устойчивостью региональной социально-экономической системы необходимо понимать ее способность стабильно функционировать и развиваться в долгосрочной перспективе в условиях быстро меняющейся внутренней и внешней среды, достигая цели социально-экономического развития региона, в качестве которой представляется обеспечение позитивной динамики уровня и качества жизни населения на основе устойчивого и сбалансированного воспроизводства социального, хозяйственного, ресурсного и экономического потенциалов [1, с. 64]. На примере отличия



смысла понятий устойчивость и устойчивое развитие О. С. Шимова в своих работах конкретизирует понятие устойчивого развития. Автор пишет, что устойчивость, будучи универсальным свойством различных типов систем (экономических, технических, биологических), заключается в их способности эффективно выполнять внутренние и внешние функции несмотря на негативное воздействие экзо- и эндогенных факторов. Устойчивость развития системы характеризуется систематическим приращением результата не ниже допустимого минимума и не выше объективно детерминируемого максимума. В связи с этим представляется целесообразным разграничить понятия “устойчивый рост” и “устойчивое развитие” [2, с. 10].

Из этого также следует, что изучать устойчивость развития системы следует как процесс, для реализации которого требуется время. Соответственно, в рамках нашей работы необходимо уточнение понятия регионального потребительского рынка как системы осуществляющей процесс. В результате анализа представленных подходов к определению понятия “региональный потребительский рынок” сделан вывод о том, что региональный потребительский рынок рассматривается авторами как совокупность экономических субъектов, как форма пространственного взаимодействия, как основная составляющая структуры современной рыночной экономики, как подсистема национального рынка. Деятельность на рынке осуществляется, в основном, на уже сформированных составляющих: определенная торговая зона (институциональный подход), совокупность торговых зон (геомаркетинговый подход), произведенные бизнесом товары и услуги (воспроизводственный подход), уровень организации регионального экономического пространства (смешанный подход).

В контексте нашего исследования будем придерживаться следующего определения: региональный потребительский рынок представляет собой структурную активную систему, объединяющую интересы различных институтов, организаций и индивидуумов, определенной территории при наличии общей долгосрочной цели – удовлетворение нужд потребления. При этом важно понимать, что общая цель является частной (одной из) для элементов, входящих в систему. Структурная, так как система состоит из взаимосвязанных между собой элементов. Интенсивность связей между элементами меняется, что определяет активность системы. Такая трактовка обуславливает способность региональных потребительских рынков выполнять процесс посредством взаимодействия элементов системы для достижения поставленной цели а также способствовать достижению своих целей этих элементов.

Соответственно, устойчивое развитие регионального потребительского рынка определим как процесс положительного изменения параметров потребительского рынка региона в длительном периоде, не ниже минимально допустимого уровня потребления благ, который позволяет только поддерживать жизнедеятельность населения региона и не выше уровня реально располагаемых денежных доходов населения региона. В отличие от существующих, предложенная трактовка указывает на теоретическую особенность в сравнении с понятиями устойчивость, устойчивый рост, устойчивость развития; позволяет разработать методику оценки устойчивости развития регионального потребительского рынка с учетом влияния факторов, формирующих его, научно обосновать направления развития регионального потребительского рынка; предопределяет использование методического инструментария стратегического планирования в целях гармонизации интересов участников регионального потребительского рынка.

Рассмотрим развитие потребительского рынка Брестской области. В качестве минимально допустимого уровня потребления благ будем считать сумму прожиточного минимума всего населения области и назовем этот показатель минимально допустимой емкостью рынка. Сумма всех денежных доходов населения области – является потенциальной емкостью рынка, а розничный товароборот – реальной емкостью рынка. Представим данные в табл. 1.

Таким образом, в табл. 1 приведены основные показатели для определения развития потребительского рынка Брестской области: Минимально допустимая емкость рынка (МДЕР), реальная емкость рынка (РЕР), перспективная емкость рынка (ПЕР). Также развитие данных показателей представлено на графике рис. 1.

Таблица 1

**Показатели развития потребительского рынка Брестской области за 2012-2018 гг.**

Показатель	Года						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Минимально допустимая емкость рынка (Бюджет прожиточного минимума * численность населения * 12 месяцев), млн.р.	1377,82	1707,68	2185,716	2563,36	2881,08	3200,92	3498,91
Реальная емкость рынка (Розничный товароборот), млн р.	2667,7	3445	3992,5	4269,2	4506	4911,8	5468,9
Потенциальная емкость рынка (Среднедушевые денежные доходы населения * численность населения * 12 месяцев), млн.р.	3945,468	5445,924	6486,48	6818,388	7057,056	7739,436	8823,696

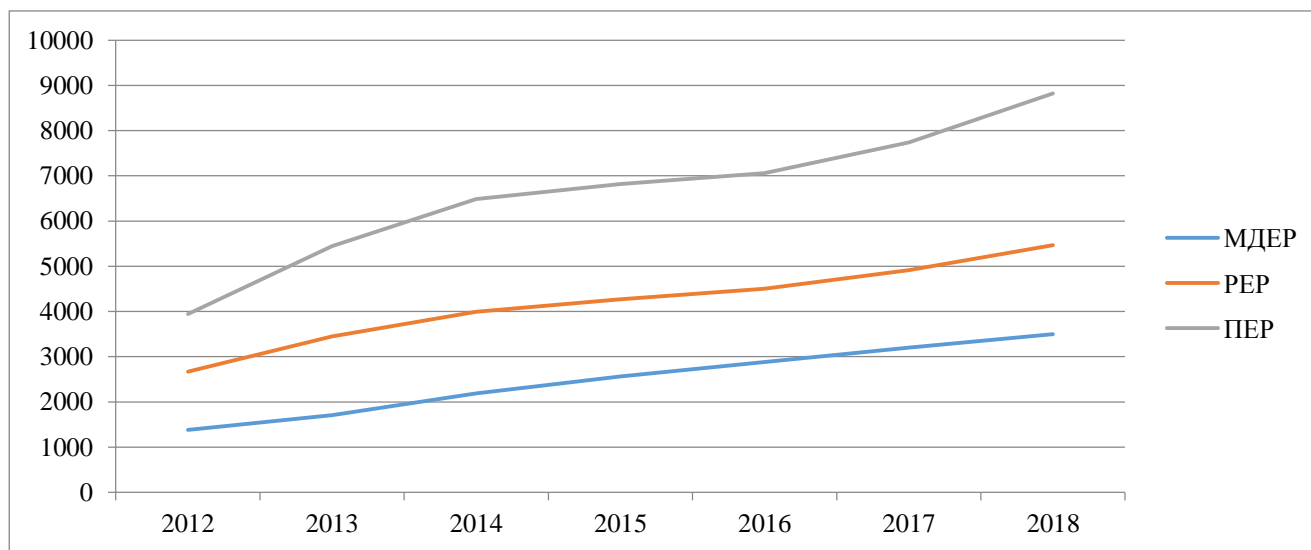


Рис. 1. Развитие потребительского рынка Брестской области

Благодаря наглядности, можно определить развитие потребительского рынка Брестской области как устойчивое. Однако, для более полной оценки необходимо анализировать влияние факторов на его развитие, что, в свою очередь, требует разработки специального инструментария.

**Список использованных источников**

1. Ускова Т. В. Управление устойчивым развитием региона: монография. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2009.
2. Шимова О. С. Основы устойчивого туризма: учеб. пособие. Минск : Новое знание; М. : ИНФРА-М, 2012. 190 с.

## СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ВИДОВИХ ПРОЯВІВ АДАПТАЦІЇ ПІД ЧАС РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний стан економіки та тенденції економічних перетворень в Україні свідчать про якісні зміни середовища господарювання вітчизняних підприємств, пов'язані, з одного боку, з мінливістю і невизначеністю умов функціонування, безперервним виникненням нових тенденцій у розвитку економіки та суспільства, прискоренням науково-технічного прогресу, а з іншого боку, – з процесами глобалізації, зростанням конкуренції на товарних ринках, фінансово-економічною кризою, збільшенням вартості обмежених ресурсів, продовольчою проблемою у світі та ін. Особливе значення це має для підприємств торгівлі, які безпосередньо відчувають на собі всю гостроту кризи в країні: різке падіння обсягів діяльності, нестабільність ринкової кон'юнктури, зниження грошових доходів та платоспроможного попиту населення.

Такі зміни актуалізують проблему пошуку нових підходів до управління підприємствами галузі задля підвищення ефективності їх функціонування та забезпечення конкурентоспроможності. Світовий досвід підприємництва показує, що навіть при погіршенні умов провадження господарської діяльності підприємства здатні забезпечити належний рівень її ефективності завдяки реалізації обґрунтованої стратегії адаптації. При цьому конкурентні переваги виступають як динамічна спроможність підприємств торгівлі адаптуватися до змін в конкурентному середовищі.

Важливість зазначеної проблеми відобразилася в сучасному розвитку теорії адаптації за системним, цільовим та процесним напрямками. При цьому отримала розвиток систематизація видових проявів адаптації підприємств, потреба в якій обумовлена необхідністю розробки стратегії адаптації та оцінювання для її обґрунтування адаптаційного потенціалу підприємств.

Узагальнення наукового доробку вітчизняних і зарубіжних вчених дозволило виокремити такі ознаки класифікації та відповідні види адаптації підприємств до змін середовища їх функціонування:

- 1) за характером реакції підприємств на зміни зовнішнього середовища (активна, пасивна, превентивна, компенсаційна);
- 2) за характером зміни параметрів системи (параметрична, структурна (пасивна та активна), алгоритмічна, ресурсна, комбінована, конструктивна, деструктивна);
- 3) за об'єктом адаптації (ресурсна, економічна, управлінська, організаційно-правова, соціально-трудова, техніко-технологічна);
- 4) за ступенем охоплення структурних підрозділів підприємства (локальна, комплексна);
- 5) за типом адаптації (соціальна, науково-технічна, адміністративна);
- 6) за метою адаптації (адаптація, спрямована на виживання підприємства; адаптація, направлена на збереження стабільного стану підприємства; адаптація, що має на меті розвиток підприємства; антикризова адаптація) [1, с. 6];
- 7) за джерелом засобів та інструментів адаптації (ресурсного і компетентнісного походження) [1, с. 6];
- 8) за характером дій суб'єктів прийняття рішень (рефлексивна, рефлекторна) [2, с. 6];
- 9) за часовою орієнтацією (стратегічна, тактична та оперативна адаптації; постійна, циклічна, періодична й одномоментна адаптації; довгострокова і короткострокова адаптації);
- 10) за характером впливу факторів зовнішнього середовища (адаптація до нововведень, адаптація до зміни кон'юнктури ринку, адаптація до зміни соціально-культурного середовища, адаптація до зміни політико-правових умов);

- 11) за рівнем витрат на адаптацію (капіталомістка, некапіталомістка);
- 12) за кінцевим результатом (з економічним ефектом, без економічного ефекту);
- 13) за напрямом адаптації (фінансово-економічна, організаційно-правова, управлінська, техніко-технологічна, соціальна, інформаційна, інноваційна, маркетингова та ін.) [3, с. 28].
- 14) за рівнем управління (на вищому, середньому, низовому рівнях; детермінована, стохастична, квазіхаотична, некерована);
- 15) за змістом змін (змістова, функціональна, комунікаційна, структурна, онтогенетична) та ін.

В умовах стохастичності ринкового середовища менеджмент підприємства повинен сформувати стратегію його адаптації (причому підприємство може використовувати одночасно декілька видів адаптації), визначивши її характер, цільове спрямування та реально оцінивши адаптаційний потенціал підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Рачкован О. Д. *Формування стратегії адаптації підприємств торгівлі : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)*. Харківський державний університет харчування та торгівлі. Харків, 2016. 22 с.
2. Орлова К. Є. *Механізм адаптації підприємств добувної промисловості до зовнішнього середовища : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)*. НТУУ “Київський політехнічний інститут”. Київ, 2016. 26 с.
3. Міценко Н. Г., Федішин М. І. *Адаптація як стратегічний вектор управління підприємством в умовах невизначеності зовнішнього середовища*. Вісник ЛКА : зб. наук. праць. Сер. Економічна. 2015. Вип. 49. С. 26–31.

**Марій О. Т.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ІННОВАЦІЙ ПІД ЧАС ТРАНСФОРМАЦІЇ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАНЬ**

Основні зміни відносин в сучасних ланцюгах постачань засновані на використанні логістичних методів, які проявляються в інтеграції та тісній співпраці елементів логістичної системи, забезпеченні високого рівня сервісу, оптимізації товарних запасів, скороченні періоду виконання замовлень, виключенні дублюючих логістичних операцій в ланцюзі постачань, високому рівні спільного використання інформації.

Наслідки трансформації відносин в ланцюгу постачань в результаті зміни взаємного стратегічного позиціонування виробничих та торговельних елементів логістичної системи проявляються у виникненні нових можливостей від конвергенції (збільшення обсягів виробництва і збуту; тотальна інтеграція в ланцюзі постачань рітейлерів; формування системи розподілу, орієнтованої на товарний потік) і переваг для споживача (зниження ціни, підвищення рівня сервісу; використання нових форматів обслуговування; гнучка реакція на зміни в структурі споживання та ін.).

Особливістю трансформації відносин в ланцюгу постачань є чинники, що визначають реструктуризацію сучасної інфраструктури роздрібної торгівлі, яка, завдяки експансивному зростанню, стає домінуючим елементом логістичної системи товаропостачання споживчого ринку. Ці фактори можна диференціювати на три категорії:

– фактори інтеграції виробника з торговельними підприємствами (оптимізація організаційної структури та бізнес-процесів, включених в цикл роботи з торговельними підприємствами; необхідність вдосконалення виробництва, наскрізна оптимізація структури витрат по всьому ланцюгу формування виробничої собівартості);

– фактори загострення конкуренції виробників (вирівнювання цін на продукцію в глобальному масштабі; зростання витрат дистрибуції готової продукції до кінцевого споживача через торговельні підприємства; експансія на ринку інноваційних товарів,

розширення та оновлення асортименту конкуруючих товарів);

– фактори витіснення оптової ланки роздрібними підприємствами (конкуренція роздрібних торговельних підприємств – скорочення ланок ланцюга; домінування роздрібних торговельних підприємств на споживчому ринку; посилення інтеграції виробників в ланцюзі постачань роздрібних торговельних підприємств; можливість управління попитом завдяки близькості до кінцевого споживача; високий потенціал екстенсивного зростання).

Слід зазначити особливе значення застосування логістичних інновацій при формуванні ланцюга постачань. У системі руху товарного потоку логістичні інновації здійснюються в функціональних галузях логістики, в мікрологістичних системах роздрібногo підприємства, в ланцюгах постачань [1]. Методична складова логістичних інновацій базується на постановці мети, формуванні принципів та організаційних змін, розробці методів і показників оцінки застосування інновацій.

Для успішного впровадження логістичних інновацій необхідний комплекс організаційних змін: ініціатива і необмежена підтримка з боку вищого керівництва; кількісно виражені орієнтири й показники мети управління; управління проектом та проектно-методичною групою відповідно до бізнес-плану; наявність чіткої картини про хід процесів у всіх учасників ланцюга; достатній ресурсний потенціал; інтенсивні комунікації по цілях і ходу протікання процесу; причетність всіх зацікавлених осіб до здійснення процесу (залучення учасників до процесу змін); визначення правил для управління конфліктами; зміна ментальної моделі за допомогою плану ланцюга постачань; адаптація системи стимулювання і мотивації учасників процесу; створення умов для постійних покращень логістичного процесу.

Представлені фактори найбільш детально проявляються в об'єктах управління ланцюгом постачань, беручи участь в ключових логістичних процесах, що впливають на ефективність формування ланцюга постачань. При цьому при організації ланцюга постачань провідна роль відводиться розподільчим ланкам, де простежується пряма залежність між розміром товарного потоку і логістичними витратами: обсяг товарного потоку має бути досить значним для покриття постійних складських витрат.

Однак, зазначене охоплює лише одну функціональну область логістики (розподільча підсистема), припускаючи особливу значимість оптимізації логістичних витрат саме в ланці розподілу. Але ланцюг постачань є складною системою з безліччю динамічних змін при взаємодії ланок системи, різними видами витрат на виконання логістичних функцій, пов'язаних не тільки з розподілом, а й з іншими функціональними підсистемами логістики.

Актуальність оптимізації витрат на виконання логістичних функцій та операцій в ланцюгах постачань простежується і в тому, що без глибокого дослідження логістичних функцій і аналізу витрат, пов'язаних з ефективним рухом товарних потоків, неможливо перейти до етапу інтеграції ланок логістичної системи. З огляду на важливість аналітичного інструментарію, зазначений підхід дозволяє інтегровано управляти логістичними процесами в ланцюгах постачань. Реалізація даної концепції передбачає вирішення наступних завдань:

– перегляд всіх функціональних областей логістики: підтримки виробництва, постачання і розподілу; ключових і підтримуючих логістичних функцій: складування, транспортування та ін. з метою визначення мінімально необхідного набору сучасних моделей і методів, що відображають інтегральний характер процесів просування товарів;

– модернізація принципів розрахунку логістичних витрат і норм рентабельності, що дозволить перейти до формування ціни на послуги логістичних операторів, що відображає реальні економічні процеси;

– розробка структури узагальненої моделі логістичних витрат, ядром якої повинна бути модель визначення оптимального обсягу постачання;

– інтеграція ланцюгів постачань, яка передбачає формування ефективної структури дистрибуційної мережі: логістичних комплексів, митних терміналів, побудова ефективних транспортно-технологічних систем доставки тощо;

– розробка нових програм навчання і перепідготовки логістів й аналітиків для

компаній і консалтингових фірм, а також розробників ІТ-технологій в сфері логістики.

Даний процес ґрунтується на основній меті управління ланцюгами постачань – мінімізації загальних логістичних витрат усього логістичного ланцюга – та дозволяє враховувати фактори, пов'язані не тільки з рухом товарних потоків, а й з формуванням ланок ланцюга постачань.

#### **Список використаних джерел**

*1. Колодізева Т. О. Використання інноваційних концепцій управління для удосконалення функціонування ланцюгів поставок. Проблеми економіки. 2017. № 2. С. 200–209.*

**Поліщук В. В.**

аспірант,

**Штець Т. Ф.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

### **ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК РЕГУЛЮВАННЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ**

До критично високого рівня актуалізується необхідність формування та реалізації державної політики регулювання міграційної активності. Відомо, що передусім державна політика має належним чином плануватися, а вже надалі – реалізуватися. Але інституційне забезпечення планування міграційної політики як основа формування державної політики в аналізованій сфері однозначно неповноцінне. В країні відсутня Державна програма реалізації міграційної політики України з подальшою специфікацією (підпрограмами) за: територіями з особливим характером міграції (обсяги, рівень, темпи нарощування, критичність наслідків); соціально-демографічними групами мігрантів (учні-студенти, молодь, інтелектуальні кадри, науковці, освітяни, медики); критичними демографічними, суспільними та соціально-економічними загрозами; пріоритетними проблемами.

Очевидно, що ключовим інструментом у регулюванні міграційних процесів виступає стимулювання економічної активності в Україні. Для цього наявний цілий комплекс заходів, що мали б бути реалізованими. Це створення фонду співфінансування витрат зі здобуття освіти, відкриття малого бізнесу; впровадження низки фінансово-інвестиційних стимулів щодо залучення міграційного капіталу (інтелектуального, фінансового, матеріально-технічного, технологічного, інформаційного тощо) до підприємницької діяльності в Україні; розвиток інноваційно-технологічної інфраструктури; реалізація програм розвитку молодіжного підприємництва, стартапів; створення на базі закладів професійно-технічної освіти та закладів вищої освіти бізнес-інкубаторів, центрів співпраці бізнесу та науки, високотехнологічних фірм; забезпечення доступу дітей мігрантів до вступу у заклади вищої освіти в Україні; стимулювання повернення освітніх мігрантів, у т. ч. інструментом “першого робочого місця”. Водночас, органам виконавчої влади слід більш активніше розвивати нові, зокрема “мобільні”, види економічної діяльності, впроваджувати технології цифрової економіки та “цифрової зайнятості”, пропагувати ідеї національного економічного патріотизму.

Попри це існує необхідність використання й інших інструментів. Йдеться про організацію системи моніторингу та аналітики міграційних процесів в рамках якої формується уся інформаційна база для економічних видатків країни у вирішенні проблем міграції населення. Цього можна досягти за рахунок: створення національного інформативно-комунікативного порталу; створення інформаційної платформи для комунікації (налагодження спільних досліджень, співпраці) з вітчизняними фахівцями, які перебувають за кордоном; створення інтегрованої інформаційно-аналітичної бази даних про зайнятість випускників; надання грантів для досліджень проблем міграції; узгодження діяльності служб статистики, ДМС, громадських та наукових організацій з проблем міграції; проведення періодичних міждержавних аудитів з питань міграції для порівняння та верифікації даних.

Враховуючи такі тенденції у межах регулювання міграційних процесів важливе значення має бути відведене використанню інформаційних технологій, причому на рівні всіх суб'єктів суспільно-економічних відносин. Йдеться про цифрові платформи, які забезпечують інтереси суб'єктів міграції. Саме підприємства-платформи є сучасним світовим трендом розвитку сектору цифрової економіки, її базисом і фундаментом. У руслі розвитку цифрової економіки все більше як нових суб'єктів господарювання, так і діючих бізнесів переходять на бізнес-процеси які відбуваються в інтернет-просторі. Таким чином створення привабливого внутрішнього економічного середовища дозволяє перешкодити міграції населення, яке за своїми діловими якостями нездатне розвинути трудовий потенціал і саме використання інформаційних технологій варто розглядати як одним із способів вирішення таких проблем в країні.

Для подальшого розвитку цифрових платформ органам державного управління слід забезпечити включення відповідних заходів до всіх програм соціально-економічного розвитку країни, її територій, галузей та видів економічної діяльності, сформувавши, таким чином, широкий комплекс засобів фінансово-економічної мотивації, особливо найбільш мобільних – представників сектора малого та середнього підприємництва, де й можливо забезпечити швидку трудову зайнятість для потенційних мігрантів. Паралельно може вестися діяльність і з поінформування бізнесу та економічно активного населення відносно переваг, які надає використання цифрових платформ.

Цифрові платформи, їх поява, розбудова, а надалі взаємодія між собою та з електронними сервісами бізнесу і громадськості дозволяють сформувати площадку комунікації, взаємодії та обміну, передачі / отримання необхідною інформації для працевлаштування громадян.

Своєю чергою, цифрові платформи громадянського суспільства забезпечують джерело відкритих даних соціально-економічного бачення функціонування та розвитку різних сфер суспільного і трудового життя, функціонування бізнесів, отримання зворотних зв'язків від суспільства та інформації, яка важлива для держави в плані покращення міграційної, соціально-гуманітарної та іншої політики [2, с. 175-178; 3, с. 161-172].

Таким чином, на сучасному етапі соціально-економічного розвитку країни та становлення її цифрового сегмента актуалізувалася потреба у використанні інформаційних технологій завдяки яким вдалося б впорядкувати комунікаційне забезпечення, ресурсну підтримку та джерела її формування, реалізувати специфічні практики регулювання міграційних процесів.

#### **Список використаних джерел**

1. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л. *Стратегічні пріоритети конвергенції соціальної безпеки України та ЄС. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України* : зб. наук. пр. Львів, 2018. Вип. 5 (133). С. 14–19.
2. Лупак Р. Л. *Державна політика імпортозаміщення в системі забезпечення економічної безпеки України: пріоритети та інструменти реалізації* : монографія. Львів : Вид-во ННБК "АТБ", 2018. 527 с.
3. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Васильців В. Г. *Характеристики функціональних складових економічної безпеки сектору інформаційно-комунікаційних технологій України. Економічний дискурс*. 2017. Вип. 1. С. 161–172.

**Куцик П. О.**  
ректор, професор  
Львівський торговельно-економічний університет

**РОЗВИТОК МЕТОДОЛОГІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ:  
ІНФОРМАЦІЙНІ ВИМОГИ КОРИСТУВАЧІВ І СУБ'ЄКТІВ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ**

У сучасних глобалізаційних умовах розвитку бізнесу та управлінських інформаційних технологій потребують постійного перегляду теоретичні і методологічні основи бухгалтерського обліку. Діюча методологія бухгалтерського обліку не враховує трансформаційні процеси, які відбуваються в суспільстві. Вона, на даний час, є статичною і не здатна в повному обсязі задовольнити динамічні вимоги користувачів інформації.

Для того, щоб система бухгалтерського обліку гармонійно розвивалася як основний інформаційний ресурс управлінської системи, усі види обліку, які розглядаються практиками і вченими, повинні розвиватися, як її окремі підсистеми на базі комплексної системи обліку, що дозволить зберегти її значимість для цілей управління та поєднання рівнів системи бухгалтерського обліку на базі однієї інформаційної системи та надасть можливість досягнути економії фінансових ресурсів.

Аналіз вимог інформаційного забезпечення системи управління і різних стейкхолдерів дав змогу зробити висновок, що найголовнішою ціллю подання інформації для користувачів є забезпечення корисності, що дає змогу приймати виважені та обґрунтовані рішення. Тому, інформація обліку, а відтак різних рівнів звітності, яка відповідає зазначеним вимогам і відображає відмінні її властивості (якісні характеристики) є головним ресурсом у сучасній ризиковій економіці, учасниками економічних відносинах якої є суб'єкти господарювання.

Крім ретроспективної фінансової інформації користувачі потребують прогностичної (перспективної), це суттєво впливає на зміну методології бухгалтерського обліку та забезпеченні його прогностичної функції (розвитку прогностичного обліку). Підготовка перспективної (прогнозої) інформації передбачає застосування бухгалтером ефективних оціночних суджень і професійного неупередженого бачення прогностичних значень показників розвитку. За сучасної методології бухгалтерського обліку та підходів до побудови облікової системи вирішити зазначені завдання неможливо і економічно затратно.

Але це стало можливим завдяки практичному впровадженню сучасних форм обліку, які за допомогою ІТ-технологій дають змогу відображати та накопичувати ретроспективну і прогнозну інформацію, у поєднанні, наприклад, з хмарними технологіями (у “хмари” можна винести необхідні для роботи програми: ERP-системи, CRM-, корпоративну пошту тощо). Завдяки такій інформації користувачем можуть вибудовуватись різні моделі прийняття рішень, що в свою чергу впливає на зміну функції обліку.

Такі зміни в методології обліку, призводять до визначення ключовими групами користувачів і суб'єктів прийняття рішень нових вимог до різної звітності (управлінської, фінансової, інтегрованої та ін.), що змінює якісні характеристики звітності, яка поступово набуває ознак транспарентності. Зазначене залежить від належного функціонування багаторівневої системи бухгалтерського обліку і свідчить про те, що повинна підлягати трансформації його методологія та набути більш складного адаптивного характеру.



**Воронко Р. М.**  
д.е.н., професор,  
**Воронко О. С.**  
к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **МЕТА І ЗАВДАННЯ АУДИТУ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Потреба в аудиті облікової політики зумовлена тим, що систему бухгалтерського обліку можна вважати надійною за умови, якщо вона забезпечує повну й достовірну інформацію про здійснені підприємством господарські операції та результати його діяльності. А правила функціонування цієї системи, які знаходять відображення у показниках фінансової звітності, визначаються саме обліковою політикою підприємства.

Відповідно до чинних нормативно-правових актів облікова політика підприємства – це сукупність принципів, методів і процедур, які використовуються підприємством для ведення бухгалтерського обліку, складання та подання фінансової звітності [1; 2].

Користувачі фінансової звітності (внутрішні і зовнішні) на основі інформації фінансової звітності приймають важливі рішення щодо підприємства. У зв'язку з цим вони повинні бути впевнені у тому, що ці дані є надійними і підготовлені з використанням адекватних способів їх розрахунку. Потрібно зазначити, що діючим законодавством дозволений вибір підприємством альтернативних способів та процедур організації і методики обліку, які найкраще відповідають особливостям його діяльності. Розкриваються вони у наказі про облікову політику, який є внутрішнім нормативним документом. Крім наказу до документів, які визначають облікову політику, відносять різні внутрішні інструкції, правила, положення, рішення власників (зборів акціонерів) тощо.

Окремі науковці, посилаючись на мету аудиту (формування думки про достовірність фінансової звітності) і мотивуючи, що як явище облікова політика та Положення про облікову політику, як її носій, не є показниками фінансової звітності, пропонують відмовитися від використання терміну “аудит облікової політики”, тобто виключити її зі складу об'єктів аудиту і розповсюдити аудиторський висновок в рівній мірі і на обрані способи формування звітності (політику складання звітності) [3, с. 16]. На нашу думку, незважаючи на те, що наказ про облікову політику є інформаційним джерелом аудиту, він сам і визначені ним методи та способи ведення обліку, повинні також бути виділені як окремий об'єкт контролю з точки зору потреби обґрунтування методики їх формування, оскільки грамотно визначена облікова політика є одним з основних інструментів управління підприємством.

Перевірка ефективності системи бухгалтерського обліку є одним з елементів аудиту фінансової звітності. У зв'язку з цим облікова політика підприємства має бути об'єктом контролю на усіх етапах аудиту фінансової звітності, починаючи від планування і завершуючи формуванням аудиторського звіту. Аудит облікової політики дає змогу переконатися у якості організації бухгалтерського обліку, раціональному розмежуванні функцій і повноважень, а також професіоналізмі облікової служби та управлінського персоналу.

Метою аудиту облікової політики є комплексне оцінювання її положень щодо відповідності нормам діючих законодавчих та нормативно-правових актів, галузевим особливостям, характеру, обсягам й стратегічним цілям діяльності підприємства, доцільності обраних підприємством методів і способів ведення бухгалтерського обліку та їх впливу на показники фінансової звітності.

Виходячи з мети, визначаються основні завданнями аудиту облікової політики підприємства, які полягають у наступному: встановлення наявності, складу і порядку затвердження розпорядчого документу про облікову політику підприємства та інших документів, які її регламентують; перевірка відповідності прийнятої облікової політики вимогам чинного законодавства і положенням (стандартам) бухгалтерського обліку; оцінювання концепції, припущень і вимог, які покладені в основу організації й методики бухгалтерського обліку; встановлення спрямованості облікової політики на вирішення

інтересів системи управління, врахування специфіки та досягнення цілей діяльності; контроль повноти застосування обраних під час формування облікової політики методів ведення бухгалтерського обліку (оцінювання запасів, нарахування амортизації, створення резервів тощо), які суттєво впливають на оцінювання та прийняття рішень користувачами інформації фінансової звітності; перевірка наявності методів обліку, відмінних від встановлених нормативно-правовими актами, які забезпечують достовірне відображення його фінансово-господарських операцій і результатів діяльності; вивчення ступеня та достовірності розкриття положень облікової політики у фінансовій звітності підприємства.

Безпосередньому аудиту облікової політики передують детальне дослідження організаційної структури підприємства, особливостей його діяльності та системи оподаткування, різних сегментів обліку.

Ознайомлення аудитора з обліковою політикою підприємства розпочинається на стадії планування перевірки, коли відбувається вивчення й оцінювання основних принципів організації бухгалтерського обліку і документообігу, обраних методів та облікових процедур. Аудитору потрібно з'ясувати чи під час формування облікової політики проведено детальний аналіз різних її складників, розглянуто усі можливі варіанти методів та процедур ведення обліку та визначено їхній вплив на результати господарської діяльності.

Важливо встановити перелік та наявність розпорядчих документів, які визначають облікову політику і затверджуються підприємством згідно з правом, наданим нормами чинного законодавства, обґрунтованість й своєчасність внесення змін до них. Ці документи стосуються графіка документообігу, порядку моніторингу здійснення фінансово-господарських операцій, процедур і термінів проведення інвентаризації, організації системи внутрішнього контролю на підприємстві. Особливу увагу потрібно приділяти формам самостійно розроблених документів, які не повинні суперечити діючим вимогам і мають бути затверджені відповідними нормами облікової політики. Інструкції з бухгалтерського обліку, схеми, методики й алгоритми оцінюються з позиції законності застосування, логічності, раціональності і відповідності загальним принципам обліку.

Аудитор досліджує: схему документообігу і передбачені ним первинні, зведені і звітні документи, порядок їх складання і терміни подання; робочий план рахунків і порядок організації аналітичного обліку; відповідність обраних методів й процедур ведення бухгалтерського обліку нормам законодавства, умовам і меті діяльності підприємства та послідовність їх застосування усіма структурними одиницями; періодичність і порядок проведення інвентаризації; порядок ведення управлінського обліку тощо.

За підсумками перевірки аудитор робить висновок: наскільки облік на підприємстві є ефективним, дієвим та оперативним; які раціональні способи використовуються для запобігання дублюванню даних; як використовується облікова інформація в процесі прийняття рішень менеджерами різних рівнів; чи раціонально організована облікова робота (графік виконання робіт, розподіл обов'язків, наявність посадових інструкцій, проведення інструктажів); чи мають місце недоліки у застосуванні форм облікової документації та методів обліку; чи забезпечена єдність та порівнянність облікових і планових даних.

Таким чином, в умовах ускладнення процесів управління підприємством значення аудиту облікової політики суттєво зростає, оскільки він дає змогу не лише підтвердити її дотримання й відповідність чинним нормативним документам, але й обґрунтувати правильність методики її формування. Від ефективності аудиту облікової політики підприємства залежить надійність системи бухгалтерського обліку, яка формує інформаційну базу прийняття управлінських рішень.

#### **Список використаних джерел**

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 "Загальні вимоги до фінансової звітності", затверджено наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 р. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13>.
3. Барановська Т. В. Облікова політика підприємств в Україні: теорія і практика: автореф. дис. к.е.н. : спец. 08.06.04 / Т. В. Барановська. URL: <http://base.dnsgb.com.ua/files/ard/2005/05btvutp.pdf>.

## **ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ В БАНКАХ ОПЕРАЦІЙ З ПОХІДНИМИ ФІНАНСОВИМИ ІНСТРУМЕНТАМИ**

Невід'ємною складовою сучасної ринкової економіки є біржовий ринок, який, обслуговуючи потреби фінансових ринків, являє собою ефективно діючий центр прозорого ціноутворення відповідних фінансових інструментів, складовими яких є похідні фінансові інструменти (деривативи). Роль деривативів неможливо переоцінити через специфічні функції, які вони виконують.

Ринок деривативів активно впливає на розвиток і становлення економічних відносин як на макро-, так і мікроекономічному рівні країни, поєднуючи як ринкові, так і державні важелі регулювання. На макроекономічному рівні призначення біржового ринку деривативів полягає у встановленні макроекономічної рівноваги, забезпеченні економічної безпеки країни, інтеграції у світовий економічний простір, забезпеченні впливу на формування світового ціноутворення, залученні світового спекулятивного капіталу. Ринок деривативів на мікроекономічному рівні забезпечується через виконання ним таких основних організаційно-економічних функцій як трансферт фінансових ризиків, прозорість ціноутворення, перерозподіл фінансових потоків у часі і просторі, прогнозування цінової кон'юнктури на фінансових ринках, доступність кредитних ресурсів тощо. З огляду на це, у більшості розвинених країн оптимальна структура національних фінансових ринків визначається видами фінансових інструментів, що застосовуються.

Стрімкий розвиток процесів інтеграції та універсалізації фінансового ринку України призвели до використання таких фінансових інструментів як деривативи.

Похідний фінансовий інструмент (дериватив) – це фінансовий інструмент, який має такі характеристики:

– його вартість змінюється у відповідь на зміни встановленої ставки відсотка, ціни фінансового інструменту, ціни товару, валютного курсу, індексу цін чи ставок, показника кредитного рейтингу чи індексу кредитоспроможності, або подібної базової змінної;

– не вимагає початкових чистих інвестицій або вимагає початкові чисті інвестиції, які є меншими, ніж ті, що були б потрібні для інших типів контрактів, які, за очікуванням, мають подібну реакцію на зміни ринкових факторів;

– розрахунки за ним здійснюються на майбутню дату.

Виникає потреба розгляду основних принципів обліку в банках операцій з похідними фінансовими інструментами [1].

Похідні фінансові інструменти з метою відображення в бухгалтерському обліку класифікуються таким чином:

1) похідні фінансові інструменти, що обліковуються за справедливою вартістю через прибутки/збитки;

2) похідні фінансові інструменти, що призначені для обліку хеджування.

Для того, щоб операція з похідним фінансовим інструментом визнавалася операцією хеджування, повинні бути виконуватися певні умови:

– на початку хеджування є оформлена документація про відносини хеджування, про цілі управління ризиком, про стратегію цього виду хеджування. Документацією має бути визначено інструмент хеджування, сутність ризику, що хеджується, та спосіб оцінки ефективності інструмента хеджування.

– очікується, що значення коефіцієнта ефективності хеджування буде в межах 0,8-1,251;

– справедливу вартість або грошові потоки від об'єкта хеджування та справедливу вартість інструмента хеджування можна достовірно оцінити;

–існує висока імовірність здійснення прогнозованої операції, яка є об'єктом хеджування грошових потоків;

–на основі постійної оцінки ефективності хеджування протягом звітного періоду встановлено фактичне значення коефіцієнта ефективності хеджування в межах 0,8-1,25 [2, с. 35].

Якщо операція не відповідає наведеним вимогам, вона визнається як така, що здійснена з іншою метою, ніж хеджування, тобто, є спекулятивною.

Виходячи з цього аналітичний облік похідних фінансових інструментів, що обліковуються за справедливою вартістю через прибутки/збитки повинен вестися в розрізі видів контрактів, а облік похідних фінансових інструментів, що призначені для обліку хеджування, в розрізі типів хеджування та видів контрактів.

Усі похідні фінансові інструменти в бухгалтерському обліку мають первісно оцінюватися та відображатися за справедливою вартістю, а витрати на операції обліковуються за рахунками витрат під час їх первісного визнання.

Вимоги та зобов'язання за похідними фінансовими інструментами повинні обліковуватися на дату операції за позабалансовими рахунками за курсом (ціною), зафіксованим у контракті. Справедлива вартість опціонів на дату операції дорівнює премії опціонів, яка відображається за балансовими рахунками з обліку опціонів. На кожен наступний після первісного визнання дату балансу похідні фінансові інструменти мають оцінюватися за справедливою вартістю. Однак похідні фінансові інструменти, які є біржовими інструментами, переоцінюються за результатами кожного біржового дня за визначеною біржою ціною котирування (розрахунковою ціною), а похідні фінансові інструменти, які є позабіржовими інструментами, у разі зміни їх справедливої вартості.

Похідні фінансові інструменти, індексовані стосовно інструментів власного капіталу, які не котируються на біржах і справедливую вартість яких не можна достовірно оцінити, мають обліковуватися за собівартістю відповідно до вимог Міжнародного стандарту фінансової звітності 13 “Оцінка справедливої вартості” [3]. Для цього в обліковій політиці кожного банку мають бути визначені методи оцінки справедливої вартості похідних фінансових інструментів щодо кожного виду похідного фінансового інструменту.

У балансі банку результати переоцінки похідних фінансових інструментів відображаються обов'язково на дату балансу, як актив або зобов'язання в кореспонденції з відповідними рахунками класу 6 “Доходи” – за похідними фінансовими інструментами, що обліковуються за справедливою вартістю через прибутки/збитки, та відповідними рахунками класу 5 “Капітал банку”, класу 6 “Доходи”, класу 7 “Витрати” – за похідними фінансовими інструментами, які призначені для обліку хеджування.

Таким чином використання похідних фінансових інструментів як в Україні, так і у всьому світі є перспективним і надзвичайно актуальним. Вважаємо, що прийняття сучасних законодавчих актів, що відповідають вимогам МСФЗ забезпечить стабільний та прогнозований розвиток вітчизняного фінансового ринку.

#### **Список використаних джерел**

1. Інструкція з бухгалтерського обліку операцій з похідними фінансовими інструментами в банках України, затверджена Постановою Правління НБУ від 26.12.2018 № 153 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0153500-18>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 “Фінансові інструменти”, затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 30.11.2001 р. № 559 у редакції від 09.08.2013 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1050-01>.
3. Міжнародний стандарт фінансової звітності 13 “Оцінка справедливої вартості”. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MU17025>.

## **БЮДЖЕТУВАННЯ: МЕТОДИЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА**

Стратегічне управління є концепцією інтегрального підходу до діяльності підприємства, що дозволяє вивчати його зовнішнє оточення та потенціал, здійснювати процес формулювання стратегії відповідно до внутрішніх та зовнішніх можливостей розвитку підприємства в досягненні цілей, організувати і стимулювати його діяльність на основі забезпечення виконання розроблених стратегій.

Стратегічне управління є різновидом процесу прийняття управлінських рішень і передбачає такі стадії: усвідомлення необхідності прийняття рішення; діагностику і структурування проблеми; формування варіантів подальших дій; прийняття одного або декількох варіантів для реалізації; реалізацію рішення; контроль за виконанням і оцінку результатів.

Контроль за реалізацією стратегії – завершальний процес, який здійснюється на стадії стратегічного управління і має забезпечити якісний зворотний зв'язок. Стратегічний контроль спрямований на з'ясування того, якою мірою реалізація сприяє досягненню цілей підприємства, оцінює правильність виконання стратегічного плану чи окремих його етапів. За результатами якого здійснюється коригування цілей та напряму їх досягнення. Важливим методичним інструментом стратегічного контролю є бюджетування.

Проблемам розвитку стратегічного обліку і контролю та їх методичному інструментарію присвячені праці таких науковців, як П. Атамас, М. Бондар, Р. Бруханський, С. Голов, О. Кундря-Висоцька, П. О. Куцик, С. Ф. Легенчук, В. Панков, А. Пилипенко, М. Пушкар, В. Семанюк, В. Ходзицька, А. В. Шайкан, В. Р. Шевчук та інших вчених.

Бюджет – поточний план діяльності, де визначено майбутні витрати та джерела їх покриття, а також передбачено відносини з фінансовими, кредитними та іншими зовнішніми суб'єктами й економічні відносини всередині підприємства. Стратегічне і поточне бюджетування витрат підприємства має певні переваги, оскільки: забезпечує економічний підхід до використання всіх типів ресурсів (сировини, матеріалів, устаткування, фінансів тощо); дозволяє контролювати витрати залежно від тієї конкретної мети, що їх зумовлює; дає змогу прогнозувати надходження та використання ресурсів протягом року, а також установлювати фінансові межі, в яких відбувається діяльність; стимулює підприємство вивчати та прогнозувати місце продукції (робіт, послуг) підприємства на ринках; спонукає ретельно аналізувати всі сторони діяльності підприємства, потрібні для розробки всебічно обґрунтованих планів; чітко визначає місце, важливість і вартість кожного центру відповідальності підприємства та їх внесок у загальні результати; забезпечує координацію діяльності всіх підрозділів, спрямовану на досягнення кінцевих результатів.

Бюджетування – це адаптований до нових умов господарювання процес планування майбутньої діяльності підприємства та оформлення його результатів шляхом розроблення системи взаємопов'язаних бюджетів, яка охоплює планові та фактичні показники, оцінку та аналіз результатів фінансово-господарської діяльності підприємства, що використовуються як для планування та контролю поточних завдань, так і для коригування стратегічних цілей підприємства [2].

За результатами аналізу термінологічно-понятійного апарату пропонуємо наступне визначення “бюджетування витрат” – це процес прогнозування витрат підприємства шляхом розробки взаємопов'язаних показників споживання ресурсів за центрами відповідальності, внутрішніми бізнес-процесами, економічними елементами та статтями витрат, орієнтований на інформаційні потреби управління [1].

Отже, основними завданнями бюджетування витрат у системі обліку відповідальності є: забезпечення поточного прогнозування, координації, кооперації і комунікації підрозділів

(центрів відповідальності) підприємства; обґрунтування витрат центрів відповідальності і підприємства у цілому; створення основи для оцінки і контролю виконання прогностичних планів підприємства; встановлення персональної відповідальності менеджерів (керівників центрів відповідальності) за дотримання виконання бюджетів [3].

Обов'язковими етапами бюджетування витрат підприємства є:

- аналіз бюджетних показників для виконання окремих видів готової продукції за елементами та статтями витрат;
- аналіз виконання показників бюджету за попередні бюджетні періоди;
- аналіз фінансових показників діяльності підприємства за попередні звітні періоди;
- складання бюджету з урахуванням прогностичних показників та інформації про виконання бюджету за попередні періоди, а також можливих змін у діяльності підприємства в майбутньому;
- затвердження бюджету, в результаті якого бюджет стає обов'язковим до виконання для відповідних структурних підрозділів (центрів відповідальності) та їх працівників
- виконання бюджету з відстеженням точності його складання та виконання;
- здійснення контролю за виконанням бюджету та аналіз результатів контролю;
- коригування бюджету чи діяльності підприємства з метою узгодження бюджетних і фактичних показників [1].

Отже, удосконалення системи стратегічного управління витратами на засадах бюджетування дозволяє розробити оптимальну концепцію ведення бізнесу для підприємства, довести плани до відома виконавців завдяки узгодженню бюджетів із центрами відповідальності, значно спростити процедуру контролю за рівнем витрат підприємства та, як наслідок, на новому якісному рівні організувати рух фінансових потоків підприємства.

#### **Список використаних джерел**

1. Головацька С. І., Хаймьонова Н. С. Методичний інструментарій бюджетування у системі управління витратами підприємства. Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. 2015. Вип. 47. С. 42–46.
2. Дюкарева Х. Л. Бюджетування та внутрігосподарська звітність в системі обліку центрів прибутковості. Вісник ЛНУ ім. І. Франка. Серія економічна. 2005. Спецвипуск 15 (Ч. 2). С. 485–491.
3. Куцук П. О., Мазуренко О. М. Обліково-аналітична концепція управління загальнопромисловими витратами підприємства : монографія. Львів : Видавництво “Растр-7”, 2014. 288 с.

**Головацька С. І.**

к.е.н., професор,

**Семенюк Г. І.**

магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **НЕРУХОМІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА КОНТРОЛЮ**

Стан і темпи розвитку ринку нерухомості є важливим чинником розвитку економіки країни в цілому. З огляду на це виникає необхідність глибокого теоретичного вивчення як самого ринку нерухомості – його об'єктів, суб'єктів, основних рис і наслідків їх прояву у господарській практиці, особливостей функціонування, так і низки пов'язаних з його розвитком проблем великої практичної значущості.

Незважаючи на тривалість використання терміна “нерухомість”, суттєвих розбіжностей у його визначенні різними авторами не спостерігається. Усі визначення зводяться до того, що до нерухомості включається земля та усе, що нерозривно з нею зв'язане. Нерухомість – це ділянка території з належними їй природними ресурсами (грунтом, водою та іншими мінеральними і рослинними ресурсами), а також будівлі та споруди.

Закони України “Про планування і забудову територій” (стаття 18), “Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом” (стаття 44), “Про виконавче

провадження” (статті 62, 64, 66), “Про оподаткування прибутку підприємств” (який втрати вчинність) (стаття 5), “Про правові засади цивільного захисту” (стаття 9), “Про недержавне пенсійне забезпечення” (стаття 49) використовують термін “об’єкт нерухомості”. За Цивільним кодексом до нерухомих речей (нерухоме майно, нерухомість) належать земельні ділянки, а також об’єкти, розташовані на земельній ділянці, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення (частина перша статті 181).

Великого значення набуває класифікація нерухомого майна за такими ознаками:

1. За походженням: природні об’єкти; будівлі.
2. За призначенням: вільні земельні ділянки під будівництво або для сільського господарства; природні комплекси для експлуатації; будівлі для житла; будівлі під офіси; інші будівлі.
3. За масштабом: земельні масиви; окремі земельні ділянки; комплекси будівель та споруд; багатоквартирний житловий будинок; одноквартирний житловий будинок; квартира; кімната.
4. За готовністю до використання: готові; ті, що потребують реконструкції чи капітального ремонту; незавершене будівництво.

У країнах з розвинутою ринковою економікою застосовується інша класифікація. Так, об’єкти нерухомості поділяються за категоріями А, В та С. До категорії А належить нерухомість, що використовується власником для ведення підприємницької діяльності. У свою чергу, категорія А поділяється на декілька класів: спеціалізована нерухомість – нафтопереробні та хімічні заводи; неспеціалізована нерухомість: магазини, офіси, склади.

До категорії В належить нерухомість, яка використовується для інвестицій. Особливістю є вид доходу у вигляді орендної плати, іпотеки або процентних доходів на закладні.

До категорії С належить нерухомість, що є надлишковою і не використовується для ведення бізнесу.

У системі бухгалтерського обліку об’єкти нерухомості включаються до складу основних засобів, інвестиційної нерухомості та довгострокових біологічних активів.

Наявність основних засобів у підприємства є необхідною умовою здійснення його діяльності, без них не можливий процес виробництва, як матеріального так і нематеріального, а значить і функціонування підприємства. Методичні засади обліку та оцінки основних засобів регулюються П(С)БО 7 “Основні засоби”, затвердженим Наказом Міністерства фінансів України №288/4509 від 18.05.2000р. Основні засоби – матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік). Об’єкти нерухомості включаються до наступних груп основних засобів: земельні ділянки; капітальні витрати на поліпшення земель; будинки, споруди та передавальні пристрої; транспортні засоби; багаторічні насадження.

Методичні засади обліку та оцінки інвестиційної нерухомості регулюються П(С)БО 32 “Інвестиційна нерухомість”, затвердженим Наказом Міністерства фінансів України № 288/4509 від 18.05.2000 р. Інвестиційна нерухомість – власні або орендовані на умовах фінансової оренди земельні ділянки, будівлі, споруди, які розташовуються на землі, які утримуються з отримання орендних платежів та збільшення власного капіталу, а не для виробництва, постачання товарів, надання послуг, адміністративної мети або продажу у процесі звичайної діяльності.

Методичні засади обліку та оцінки довгострокових біологічних активів регулюються П(С)БО 30 “Біологічні активи”, затвердженим Наказом Міністерства фінансів України № 790 від 18.11.2005 р. Довгострокові біологічні активи – біологічні активи, які не є поточними біологічними активами, тобто такі, що здатні давати сільськогосподарську продукцію та додаткові біологічні активи або приносити в інший спосіб економічні вигоди протягом

періоду, що перевищує 12 місяців.

Отже, практичний інтерес становить обґрунтування методологічних підходів до визначення соціально-економічної ефективності використання нерухомості, що, зрештою, повинно сприяти економічному зростанню.

#### **Список використаних джерел**

1. Податковий кодекс України. Верховна Рада України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. (із змінами та доповненнями). URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби”: Затверджене наказом Міністерства фінансів України від 27.04.1999 р. № 92, (із змінами та доповненнями). URL: [www.zakon1.rada.gov.ua](http://www.zakon1.rada.gov.ua).
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 32 “Інвестиційна нерухомість”: Затверджене наказом Міністерства фінансів України від 02.07.2007 р. № 779, (із змінами та доповненнями). URL: [www.zakon1.rada.gov.ua](http://www.zakon1.rada.gov.ua).
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV (із змінами та доповненнями). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=435-15>.

**Бойко Р. В.**

к.е.н., доцент,

**Дебопре В. О.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОЦІНКА НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ДЕРЕВООБРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

На сьогодні значна кількість деревообробних підприємств втрачають свої позиції через застарілу технологію, а також значно зношені виробничі потужності. Однією з основних проблем на підприємствах деревообробної промисловості є відсутність якісного та вчасного оновлення необоротних активів, яке своєю чергою сприяло б підвищенню продуктивності діяльності та конкурентоспроможності, як на внутрішньому так і на зовнішньому ринках. Ефективне управління необоротними активами на деревообробному підприємстві, окрім підвищення конкурентоспроможності, дає змогу створити потужну основу для виробничої діяльності підприємства та умови для більш ефективного його розвитку в майбутньому.

Діюча практика господарської діяльності деревообробних підприємств свідчить про те, що в обліку необоротних активів є цілий ряд принципово важливих питань, які потребують роз'яснень та нових досліджень, а саме: відсутність чітких стандартів оцінки необоротних активів деревообробних підприємств; низький рівень оновлення необоротних активів та організації виробництва керівництвом деревообробних підприємств, зокрема неефективним способом; відсутність єдиних підходів до ідентифікації нематеріальних необоротних активів у деревообробній промисловості тощо.

Щодо оновлення необоротних активів за допомогою джерел варто зазначити, що джерелами для необоротних активів повинні бути використані довгострокові зобов'язання. Це пояснюється тим, що необоротні активи за своїм визначенням відносяться до категорії засобів із низькою ліквідністю, а їх окупність, часто довша за часом, ніж окупність оборотних, отже – вони не повинні бути профінансовані за рахунок короткострокових залучених коштів.

Необоротні активи деревообробних підприємств досить різноманітні за своїм складом, тому їх можливо поділити у залежності від багатьох ознак. Наприклад, розрізняють активні та пасивні необоротні активи (складова основних засобів), виробничі та невиробничі необоротні активи тощо. Основна складність в управлінні необоротними активами на деревообробних підприємствах є те, що в процесі такого аналізу береться до уваги вартість необоротних активів, тобто їх вартісна оцінка. Наведемо найпоширеніші помилки такої оцінки, наслідком яких може бути спотворення правдивої картини управління необоротними активами деревообробного підприємства.

Оцінка необоротних активів деревообробного підприємства за ціною їх придбання. При такій оцінці не враховується той факт, що майно внаслідок його використання втрачає свої якісні



характеристики і що вартість майна сьогодні може не відповідати вартості придбання вчора. Однак потрібно відзначити, що в окремих випадках, наприклад у разі застосування такого методу оцінки до об'єктів нерухомості, ціна придбання може бути вищою, ніж сучасна ринкова вартість. За оцінкою необоротних активів на підставі даних бухгалтерського обліку, то даний метод також не у повній мірі може бути визнаний коректним, оскільки вартість необоротних активів, зазначена в бухгалтерському обліку, повинна враховувати амортизаційні відрахування, які, можуть не відповідати реальному зносу того чи іншого необоротного активу.

Метод оцінки необоротних активів на підставі ринкових цін у сьогоднішніх реаліях можна назвати найбільш коректним, оскільки при оцінці того чи іншого необоротного активу на конкретну дату необхідно орієнтуватися на ринкову вартість необоротного активу, за якою дане майно може бути продано сьогодні, тобто при врахуванні попиту та пропозиції на ринку.

Не менш важливим питанням сьогодення є невміння керівників деяких деревообробних підприємств ефективно організувати виробничу діяльність, тобто використовувати необоротні активи максимально ефективним способом. Більшість українських деревообробних підприємств (здебільшого це підприємства малого та середнього бізнесу) не здійснюють акумулювання грошові потоків у процесі використання необоротних активів, а у разі необхідності їх капітального ремонту чи заміни, як показує досвід, використовують зовнішні джерела фінансування. Щодо ефективного використання необоротних активів, то важливим є адекватність інвестованих фінансових ресурсів у ці необоротні активи, які є найбільш рентабельними у короткостроковій перспективі. Нерідко трапляються випадки, коли на деревообробних підприємствах, інвестуючи великі обсяги грошових коштів у необоротні активи, керівники помиляються в розрахунках їх майбутньої прибутковості і цим самим неефективно використовують оборотний капітал, роблячи його низькорентабельним або нерентабельним взагалі.

На нашу думку, для ефективного управління необоротними активами деревообробних підприємств необхідно: правильно визначати найбільш ефективні форми та методи оновлення основних виробничих засобів; детально прораховувати реальні потреби необоротних активів для збільшення обсягів виробництва; забезпечити ефективне формування необхідних фінансових ресурсів для відтворення необоротних активів та оптимізація їх структури.

#### **Список використаних джерел**

1. Мазуркевич І. О. Оцінка ефективності використання основних засобів на підприємстві. Формування ринкових відносин в Україні. 2008. № 2. С. 91–94.
2. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 “Основні засоби”: затв. наказом Міністерства фінансів від 27.04.2000 р. № 92. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.
4. Швець В., Борисюк О. Необоротні активи в системі кругообороту капіталу підприємства. Економіка. 2010. № 118. С. 53–55.

**Герасименко Т. О.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНИХ ПІДХОДІВ ДО СТРУКТУРУВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ПОТРЕБ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ**

Важливу роль у розробці стратегії відіграє стратегічний аналіз внутрішнього середовища – сукупності характеристик підприємства, які впливають на стан і перспективи його розвитку. Першим етапом стратегічного аналізу є виокремлення елементів внутрішнього середовища. На сьогодні теоретики і практики виокремлюють такі складові внутрішнього середовища, як: структура, цілі, задачі, технологія, цінності, стратегія, компетентності, маркетинг, фінанси, виробництво, менеджмент, персонал, стиль управління та ін. Різноманітність підходів до визначення їх складу пов'язана з динамічністю внутрішнього середовища, яка, своєю чергою, обумовлює доцільність розгляду його елементів в якості змінних факторів.

На думку М. Мескона, М. Альберта і Ф. Хедоурі, “внутрішні змінні – це ситуаційні фактори всередині підприємства, які, в основному, є результатом управлінських рішень”. Такими змінними вони вважають цілі, структуру, задачі, технологію і людей [3, с. 60].

За аналогічним принципом на початку 80-их років ХХ століття консультантами консалтингової компанії McKinsey (Т. Пітерсом, Р. Уотерманом, Ж. Філіпсом, Р. Паскалем, Е. Афоном) була побудована широко відома на сьогодні модель McKinsey 7S. В основу моделі 7S покладений аналіз семи взаємопов’язаних елементів внутрішнього середовища підприємства: Structure (Структура), Strategy (Стратегія), Systems (Системи), Shared values (Загальні цінності), Style (Стиль), Skills (Навики і вміння), Staff (Персонал). Модель McKinsey 7S слугує для оцінювання ефективності діяльності та побудови й оптимізації бізнес-процесів. На основі аналізу семи взаємопов’язаних елементів “оцінюють поточну ситуацію і готовність підприємства до змін. Як результат, стає можливим ідентифікувати слабкі області (складові) підприємства, які, можливо, приводять до кризових ситуацій та невдач” [1, с. 1949-1950]. Елементи моделі поділяють на дві групи: “тверді” (раціональні) – структура, стратегія, системи підприємства, та “м’які” (емоційні) – загальні цінності, стиль/культура, навики та вміння, персонал. “Тверді” складові вважають такими, які можна добре описати та вивчити. Вони відображені у стратегії підприємства, корпоративних планах, схемах організаційної структури та іншій документації. “М’які” елементи прийнято вважати важко здійсненими. Всі елементи моделі тісно взаємопов’язані між собою. Відповідно, зміна одного з них обумовлює необхідність змін у всіх інших елементах.

ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, IDT) “Системи управління якістю” рекомендує розглядати сутність внутрішнього середовища підприємства у контексті оцінювання чинників, пов’язаних із цінностями, культурою, знаннями та дієвістю.

Своєрідний підхід до формування внутрішнього середовища підприємства запропонували Д. Бодді та Р. Пейтон. На їхню думку, інтегральна модель підприємства має включати такі елементи, як: цілі, бізнес-процеси, технологія, люди, влада, структура та культура підприємства.

Одним із відомих підходів до виокремлення внутрішніх змінних є підхід, запропонований А. Г. Поршневим, З. П. Рум’янцевою та М. О. Саломатіним. Вони вважають, що “внутрішнє середовище кожного підприємства формується під дією змінних, які безпосередньо впливають на процес перетворень (виробництва продукції, послуг)” [4, с. 127]. Відповідно, до таких змінних вони відносять структуру підприємства, його культуру та ресурси.

Одним із найбільш розповсюджених підходів до розкриття сутності внутрішнього середовища є виокремлення певних так званих зрізів, стан яких у сукупності визначає той потенціал і ті можливості, якими володіє підприємство. Відповідно до даного підходу, підприємство аналізують за такими напрямками: кадри, їх потенціал та кваліфікація; організація управління; виробництво, включаючи організаційні, операційні та техніко-технологічні характеристики та наукові дослідження і розробки; фінанси; маркетинг; організаційна структура. З огляду на це, зрізами підприємства є:

– кадровий (взаємодія менеджерів і робітників, підбір і навчання кадрів, оцінювання результатів праці та стимулювання, створення і підтримка відносин між працівниками і т.д.);

– організаційний зріз і культура (організаційні структури, норми, правила, процедури, розподіл прав і обов’язків, ієрархія підпорядкування. Організаційна культура повністю пронизує внутрішнє середовище);

– виробничий (виготовлення продукції, постачання і ведення складського господарства, технічне обслуговування);

– маркетинговий (стратегія продукту, стратегія ціноутворення, стратегія просування продукту на ринку, вибір ринків збуту і систем розподілу);

– фінансовий (підтримка належного рівня фінансової стійкості, платоспроможності та прибутковості діяльності, створення інвестиційних можливостей і т.д.).

Фундаментальні зміни у зовнішньому середовищі (глобалізація, гіперконкуренція та ін.), які розпочалися в 90-их роках ХХ століття, обумовили перенесення акцентів із

пристосування підприємств до зовнішнього середовища на його зміну шляхом активного використання внутрішнього потенціалу. Сьогодні успіх супроводжує, переважно, ті підприємства, які зосереджують увагу на своєму внутрішньому середовищі, намагаючись встановити свої ключові компетенції і здатності для визначення тих видів діяльності, в яких вони є кращими порівняно з конкурентами. З цього приводу Г. Хамел та К. Прахалал зазначають, що “менеджери повинні почати сприймати підприємство як поєднання ключових, базових компетенцій, тобто набору навиків, умінь, технологій, накопиченого знання і досвіду, які стають основою успішної конкуренції” [2, с. 27].

Таким чином, на сьогодні відомо декілька підходів до виокремлення основних елементів – змінних внутрішнього середовища підприємства. Вибір того чи іншого підходу має бути обґрунтованим, оскільки це впливатиме на методичку стратегічного аналізу внутрішнього середовища, і, відповідно, повноту одержаних результатів та їх достатність для прийняття управлінських рішень.

#### **Список використаних джерел**

1. Ali Alshaher. *The McKinsey 7S Model framework for E-learning system readiness assessment. International Journal of Advances in Engineering & Technology*, Nov. 2013. Vol. 6. Issue 5. P. 1948–1966.
2. Prahalad C. K., Hamal G. *The core competence of the corporation. Harvard Business Review*. 1990. Vol. 69.
3. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. *Основы менеджмента* : учеб. изд. М.: Дело, 2009. 702 с.
4. *Управление организацией* : учеб. для вузов / под ред. А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. 4-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2009. 736 с. : ил. (Высшее образование).

**Калайтан Т. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **КРИТЕРІЇ КЛАСИФІКАЦІЇ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ АВС-АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Використання АВС-аналізу в управлінні діяльністю підприємств дає можливість ідентифікувати найбільш значущі елементи сукупності і на цій основі проводити високоефективні цілеспрямовані заходи. Коли виявляються ключові позиції, то з меншими витратами можуть бути здійснені дієві коригувальні заходи. АВС-аналіз в ресторанах можна використовувати для управління продажами, запасами, ціноутворенням.

На рис. 1 зображено основні етапи проведення АВС-аналізу. Після визначення мети та об'єкта дослідження необхідно вибрати критерій (або критерії) класифікації. Вибір критеріїв класифікації прямо залежить від мети проведення АВС-аналізу і є по суті неформалізованим кроком. Мета проведення аналізу визначається стратегією розвитку підприємства ресторанного господарства. Для кожного з функціональних центрів відповідальності (кухня, бар, обідній зал) діюча генеральна стратегія пов'язана з реалізацією основного для певного підрозділу напряму роботи. Вибір критерія для АВС-класифікації потребує сумісного обговорення менеджера з контролером (або бухгалтером). Критеріїв може бути кілька, а може бути один у залежності від мети. Неналежна увага до зазначеного етапу зведе до нуля всі зусилля використання АВС-аналізу в практиці управління діяльністю підприємства ресторанного господарства.

Аналіз наукових публікацій, присвячених методиці АВС-аналізу підприємств торгівлі та промисловості дозволив виявити такі критеріальні показники для визначення груп А, В, С: виручка і сума прибутку [1, 4], кількість товарів та виручка [6], маржинальний дохід, виручка і коефіцієнт варіації попиту [5], кількість товарів і коефіцієнт варіації попиту [3]. Коефіцієнт варіації попиту пропонується у якості критеріального при сумісному використанні АВС та ХУZ-аналізу.

У практиці підприємств промисловості західних країн для виділення груп А, В і С у

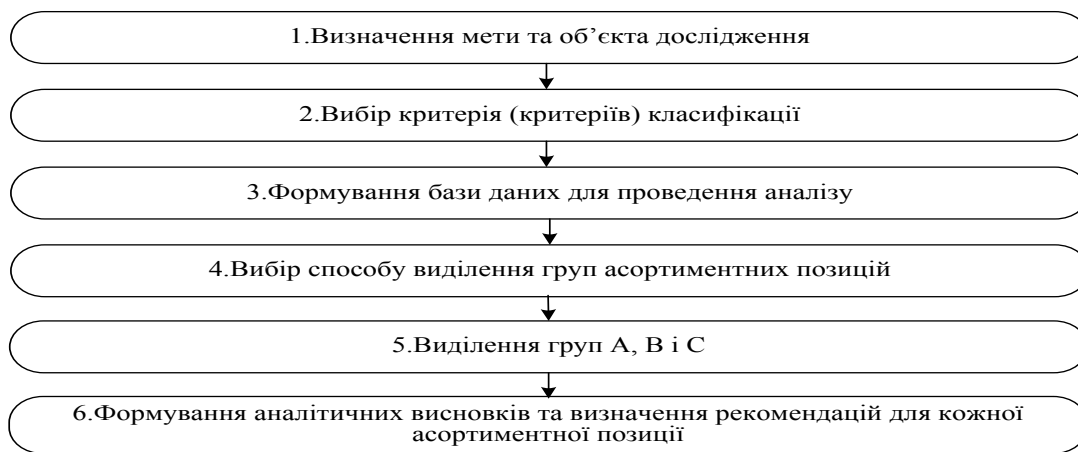


Рис. 1. Основні етапи АВС-аналізу [5]

якості критеріальних показників використовують частоту продажу, оборот і маржинальний дохід. Отримання інформації по зазначених показниках за окремими асортиментними позиціями на основі даних системи бухгалтерського обліку підприємств виробничої сфери не представляє великої складності. Для підприємств ресторанного господарстві ситуація виглядає по-іншому. Труднощі виникають із визначенням маржинального доходу від одиниці асортиментної позиції. Це пов'язано з тим, що бухгалтерський облік у ресторанному господарстві ведеться за торговельним принципом, хоча підприємства даної галузі поєднують функції виробництва, реалізації покупних товарів і продукції власного виробництва та організації споживання їжі. При цьому вказані процеси суттєво відрізняються за економічним змістом, разом з тим вони взаємопов'язані в часі і в просторі. Ведення обліку витрат за торговельним принципом робить надзвичайно трудомістким процес виділення витрат на виробництво окремих страв (що на практиці не проводиться), а отже, і визначення маржинального доходу від одиниці продукції. Враховуючи вищевикладене, пропонуємо замість показника маржинального доходу використовувати торговельні націнки. За економічним змістом торговельні націнки є джерелом формування прибутку і покриття усіх витрат крім витрат, що формують первісну вартість продуктів і товарних запасів підприємства ресторанного господарства відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 9 “Запаси”. Цей показник нескладно отримати за даними бухгалтерського обліку і він наближений до показника маржинального доходу (маржинальний дохід визначається як різниця між виручкою та змінними витратами, торгові націнки за економічним змістом – це різниця між виручкою і продуктовими витратами).

Важаємо, що замість обороту у якості критеріального показника більш доцільно використовувати продуктові витрати. Це пов'язано з тим, що оборот формується як добуток кількості реалізованих страв на їх ціну (яка, у свою чергу формується шляхом додавання до продуктових витрат торгової націнки), а отже в цьому показнику відображені торгова націнка і частота продажу (які вже обрані у якості критеріальних показників). Тому логічно не повторювати у третьому критеріальному показнику два попередніх, при цьому включаючи показник продуктових витрат лише частково, а виділити його окремо. Ранжування асортиментних позицій за критеріальним показником продуктових витрат слід здійснювати у порядку зростання його значення, тобто, наприклад, до групи ААА будуть віднесені ті асортиментні позиції, які мають великий обсяг продажу, високу торгову націнку та для виготовлення яких потрібні менш вартісні продукти.

Отже, на нашу думку, у якості критеріїв АВС-класифікації аналізу продажів з метою оцінки внеску кожної асортиментної позиції до фінансового результату та можливості його підвищення для підприємств ресторанного господарства доцільно використовувати такі показники:

- 1) частота продажу (наскільки часто продається конкретна позиція меню, в порціях, штуках);
- 2) торгова націнка (який внесок даної позиції меню в загальну суму реалізованих

торгових націнок, в грн.);

3) продуктові витрати (вартість продуктів на виготовлення страви, в грн.).

Виникає питання – а як провести багатокритеріальний АВС-аналіз, враховуючи, що класичний варіант передбачає використання одного критерію? Можна обрати один з трьох варіантів [2].

Перший варіант полягає у послідовному використанні критеріїв. Першим критерієм, за яким проводиться класифікація є найбільш значущий. Далі проводиться класифікація для асортиментних позицій групи А за другим критерієм. У результаті формується відносно невеликий склад групи А, що створює умови для концентрації зусиль менеджера на підвищення ефективності рішень по відношенню до найбільш важливої асортиментної групи. Цей варіант підходить для підприємств з великою кількістю асортиментних позицій.

Другий варіант передбачає проведення АВС-класифікації для кожного критерія окремо. Такий підхід більш трудомісткий, але при тому дає достатньо широку інформацію про особливості кожної групи асортиментних позицій.

Третій варіант полягає у визначенні інтегрального критерія класифікації. Для кожного критерія класифікації відповідно до його значущості визначаються питомі коефіцієнти. Значення кожного критерія множиться на відповідний питомий коефіцієнт і сумується по кожній асортиментній позиції меню. Отримані інтегральні показники не мають економічного змісту, але дають можливість однією цифрою охарактеризувати кожну асортиментну позицію і провести класифікацію з виділенням груп А, В і С.

#### **Список використаних джерел**

1. Андрианов А. Ю., Зырянов Д. А. Управление товарными запасами на основе АВС анализа как способ увеличения экономической эффективности работы предприятий. *Инновационное развитие экономики*. 2018. №2 (44). С. 169–177.
2. Стерлигова А. Н. Управление запасами широкой номенклатуры: с чего начать? *Логинфо*. № 12. 2003. С. 50–55.
3. Ксенофонтова О. Л., Новосельская Н. А. АВС-XYZ – анализ как средство управления товарным ассортиментом торгового предприятия. *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение*. 2013. № 2 (34). С. 70–76.
4. Бузукова Е. А. Анализ ассортимента и стабильности продаж с использованием АВС-анализа и XYZ-анализа. *Управление продажами*. 2006. № 3. С. 166–185.
5. Kalaitan T.V., Cherkasova S.V., Druhov O.O., Yaroshevych N.B. Features and scope of application of the АВС analysis in the controlling system of restaurant industry. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. T.4. Vol. 31. P.196–207.
6. Кулакова Ю. Н., Кулаков А. Б. Формирование стратегии управления производственными запасами предприятия на основе матрицы АВСхXYZ. *Финансовый менеджмент*. № 20(206). 2014. С. 23–34.
7. Остроушко А. А., Баженов Р. И. Анализ ассортимента электротоваров с использованием АВС-анализа. *Экономика и менеджмент инновационных технологий*. 2014. № 10. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/10/6033/>.

**Кузьмінська К. І.**

к.е.н., доцент,

**Чабанюк О. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА СТВОРЕННЯ ВЕБ-САЙТУ**

Діяльність інтернет-магазину передбачає створення веб-сайту, який має відображати кількість та асортимент товару з яким виходить підприємство на ринок. При цьому важливе значення має термін діяльності інтернет магазину. У залежності від цього підприємство створює:

– веб-сайт, який для забезпечення його роботи в мережі Інтернет розміщується на дисковому просторі провайдера (віртуальний сервер);

– WWW-сервер – веб-сайт, самостійно розміщений підприємством в Інтернеті, за допомогою його власного устаткування.

Так, веб-сайт – сукупність програмних та апаратних засобів з унікальною адресою в мережі Інтернет разом з інформаційними ресурсами, що перебувають у розпорядженні певного суб'єкта і забезпечують доступ юридичних та фізичних осіб до цих інформаційних ресурсів та інші послуги через мережу Інтернет.

Веб-сайт або WWW-сервер може бути створений спеціально під інтернет-магазин або цей магазин може бути розміщений на вже існуючому сайті (або сервері) підприємства. Створити Web-сторінку передбачає розміщення на сервері провайдера заздалегідь написаного у певному форматі файлу (або сукупність файлів). На Web-сторінці підприємства можна розмістити лише відомості про його діяльність, історію створення, місцезнаходження й іншу ознайомлювальну інформацію, включаючи рекламу товарів і послуг, а також прайслисти. Дисковий простір, що виділяється провайдером під Web-сторінки своїх клієнтів, зазвичай невеликий, що обслуговує нехай навіть невеликий його інтернет-магазин. Створення WWW-сервера –дорогий проект, він вимагає закупівлі відповідного обладнання, програм, їх установки і забезпечення користувачам Інтернету доступу до цього сервера.

Веб-сайт створюється на базі власного сервера підприємства або віртуального, на якому інтернет-магазин може розмістити відповідне програмне забезпечення, наприклад, з формування замовлень безпосередньо покупцями, з автоматичного виписування і реєстрації рахунків та інші програми, що становлять певний цілісний комплекс. Плата за хостинг – плата за оренду дискового простору.

Веб-сайт відносять до нематеріальних активів оскільки він, відповідно до п.4 П(С)БО 8 “Нематеріальні активи”, відповідає наступним критеріям:

- актив не має матеріальної форми;
- може бути ідентифікований (підприємство здійснює його контроль);
- є імовірність одержання майбутніх економічних вигід;
- вартість може бути достовірно визначена.

Відповідно до п. 11 П(С)БО 8 “Нематеріальні активи” первісна вартість придбаного нематеріального активу складається з ціни (вартості) придбання (крім отриманих торговельних знижок), мита, непрямих податків, що не підлягають відшкодуванню, та інших витрат, безпосередньо пов'язаних з його придбанням та доведенням до стану, у якому він придатний для використання за призначенням.

У бухгалтерському обліку, відобразити витрати на створення веб-сайту можна двома шляхами: одразу списати їх на витрати підприємства або капіталізувати, визнавши веб-сайт нематеріальним активом. Всі витрати збираються на рахунок 154 “Придбання (створення) нематеріальних активів”. Якщо підприємство володіє виключним авторським правом на інформаційно-програмний комплекс інтернет-магазину, то при введенні в експлуатацію даний програмний комплекс буде визнаний нематеріальним активом, що підлягає обліку на рахунок 125 “Авторські й суміжні права”. Якщо ж підприємство придбаває готовий програмний комплекс інтернет-магазину, розроблений і розтиражований сторонньою організацією, то в цьому випадку він також визнається нематеріальним активом, але враховується на рахунок 127 “Інші нематеріальні активи”, бо авторськими правами на такий програмний продукт це підприємство не володіє.

Введення в експлуатацію оформлюється за допомогою “Акт введення в господарський оборот об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів”. Слід відмітити, що відповідно до Листа ДПІ від 12.12.2006 р., № 385/2/15-0310 договір на створення веб-сайту передбачає перехід права інтелектуальної власності (авторського права) на цей сайт до платника податків-замовника, то витрати, що понесені таким платником, згідно з цим договором, підлягають амортизації як нематеріальний актив.

При зарахуванні нематеріального активу у вигляді сайту на баланс у розпорядчому акті по підприємству встановлюється строк корисного використання. Протягом цього строку здійснюється систематичний розподіл вартості у вигляді нарахування амортизації. Нарахування амортизації починається з місяця, наступного за місяцем, у якому нематеріальний актив введено в господарський оборот. Метод амортизації підприємство

обирає самостійно виходячи з умов отримання економічних вигід. Слід відмітити, що якщо не встановлено строк дії права використання нематеріального активу, то згідно з пп. 138.3.4 ПКУ такий строк визначається платником податку самостійно, але не може становити менше двох та більше десяти років.

Витрати на реєстрацію доменного імені у обліку відносяться до витрат майбутніх періодів, адже доменне ім'я реєструється на один (або більше) рік, а рахунок сплачується одразу за весь період реєстрації. Такі витрати обліковуються на рахунок 39 "Витрати майбутніх періодів". Потім вони поступово списуються на витрати на збут. Витрати, пов'язані із адмініструванням сайту (плата за хостинг тощо), у бухгалтерському обліку відносяться до витрат на збут та обліковуються на рахунок 93 "Витрати на збут".

У процесі створення інформаційно-програмного комплексу й розміщення підготовленого таким чином сайту в мережі можуть виникати супутні витрати. Якщо на фотознімках, що розміщуються на сайті, представлено зображення тих чи інших товарів, що пропонуються до продажу, то в цьому випадку витрати на їх виготовлення розглядаються як витрати на рекламу з включенням відповідної суми в статтю витрат на збут того періоду, в якому був підписаний акт про приймання виконаних фоторобіт. У цьому випадку витрати можна "розтягнути у часі", заздалегідь зарахувавши їх на рахунок 39 "Витрати майбутніх періодів", з якого пізніше списувати ці суми рівномірно, протягом строку "перебування" цих знімків на сайті до заміни їх новими і т. д.

Усі інші витрати, включаючи плату за підключення до мережі й поточне забезпечення доступу в мережу, плата за хостинг (якщо підприємство створює Web-сайт і розміщує його на обладнанні провайдера, отримуючи таким чином віртуальний сервер), включаються в собівартість продукції (робіт, послуг) або визнаються витратами звітного періоду як витрати, пов'язані з виробництвом і управлінням підприємством. Якщо інтернет-магазин розміщений на сервері провайдера, то витрати, пов'язані з його роботою і технічним супроводом, можна розглядати як витрати на оренду торгових площ з віднесенням їх до складу виробничих витрат або витрат на збут.

Реклама з просування сайту в мережі Інтернет лише непрямо пов'язана з рекламою товарів, представлених на даному сайті. Тому витрати на таку рекламу бухгалтер може з повним на те правом віднести на збільшення первісної вартості товарів, що цілком відповідає п. 9 П(С)БО 9 "Запаси", де сказано, що в первісну вартість товарів включаються всі витрати на їх придбання і доведення до стану, придатного для використання в запланованих цілях.

У випадку ж коли інтернет-магазин розміщується на сервері, доступ користувачів до якого забезпечений самим підприємством (продавцем товарів) з допомогою спеціально для цієї мети закупленого обладнання, витрати, пов'язані з його роботою і технічним супроводом, враховуються у складі виробничих витрат як витрати, пов'язані з технологією і організацією виробництва. В останньому випадку ці витрати іноді спочатку враховуються на рахунок 39 "Витрати майбутніх періодів" з подальшим їх рівномірним списанням на рахунок 23 "Виробництво".

Отже, витрати на створення інтернет-магазину капіталізуються у вигляді нематеріального активу та підлягають амортизації за прямолінійним методом. Зазвичай, рекомендується встановлювати строк експлуатації веб-сайту інтернет-магазину не більше п'яти років. За цей термін програмне забезпечення повністю втратить свою актуальність та морально застаріє.

#### **Список використаних джерел**

1. Про затвердження типових форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів: Наказ Міністерства фінансів України від 22.11.2004 р. № 732. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1580-04>.
2. Про веб-сайт як об'єкт авторського права: Лист Держдепартаменту інтелектуальної власності від 22.01.2007 р. № 16-14/231. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1038.1466.0>.

## АУТСОРСИНГ ЯК СТРУКТУРНИЙ ЕЛЕМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Процеси глобалізації та кооперації, потреба підвищення ефективності в змінному середовищі, розвиток теорії стейкхолдерів приводять до необхідності пошуку все нових способів взаємодії між різними суб'єктами ринку. Світова практика свідчить, що однією з найбільш поширених форм взаємодії та кооперації протягом останнього десятиріччя стало застосування аутсорсингу, який сприяє економічному та фінансовому розвитку суб'єктів господарювання, їх інноваційній спрямованості. Варто зазначити, що його виникнення зумовили численні спроби максимально забезпечити не тільки конкурентоспроможність компанії, а й збільшити величину прибутку шляхом оптимізації витрат при одночасному збереженні або підвищенні якості товарів, робіт чи послуг.

Термін “аутсорсинг” із погляду його семантики походить від слова *outsourcing*, який є скороченням словосполучення *outer source using* (зовнішній ресурс), що означає використання зовнішнього джерела або ресурсу. Виник даний термін у 1962 р., коли була заснована *Electronic Data System Corporation (EDS)*. Термін пізніше використовувався в економічній термінології для позначення використання зовнішніх джерел для розвитку бізнесу, який зазвичай використовував свої внутрішні ресурси. У сучасному бізнесі він означає ситуацію, за якою компанія використовує іншу організацію для виконання своєї роботи і не залучає власних працівників для цього.

Аутсорсинг широко застосовується в світі та є перспективним підходом до управління бізнесом у будь-яких сферах послуг. В Україні аутсорсинг є досить новим підходом для ведення підприємницької діяльності, хоча в США та країнах Європи його застосовують досить давно. Ринок аутсорсингу в світовій економіці оцінюється десятками мільярдів доларів щорічно [1].

Слід зазначити, що серед багатьох відомих вчених не має єдиної думки, підходу до тлумачення дефініції “аутсорсинг”. Фактично поняття “аутсорсинг” використовують як об'єднуюче для багатьох видів активності підприємства із винесенням певних операцій, дій та функцій за межі підрозділу або організації загалом, фокусування на основному майданчику чи виробництві основного продукту тощо. Дж. Хейвуд (у книзі “Аутсорсинг: у пошуках переваг”) зазначає, що аутсорсинг – це “переведення внутрішнього підрозділу або підрозділів підприємств і всіх пов'язаних із ним активів в організацію постачальника послуг, що пропонує надати певну послугу протягом певного часу за домовленою ціною” [2, с. 40]. Разом з тим, Дж. Кросс робить висновок, що, установивши конкретні цілі та визначившись із формою аутсорсингу, підприємство фактично таким чином формує індивідуальну стратегію управління з елементами аутсорсингу. Відповідно, аутсорсинг є нічим іншим як діловою або корпоративною стратегією діяльності підприємства, оскільки вимагає від керівництва реструктуризацію більшості внутрішньо-корпоративних процесів і встановлення тісних коопераційних відносин з аутсорсерами [3]. Як зазначає Роберт Гендфілд, в процесі аутсорсингу “обов'язково повинна відбутися реструктуризація бізнес-процесів на підприємстві” [4]. С. Календжян зазначає, що аутсорсинг “передбачає передавання виконавцю не лише повноважень, але і відповідальності за виробництво певних товарів і надання певних видів послуг компаніям-партнерам по бізнесу” [5, с. 46]. Вітчизняні науковці зазначають, що аутсорсинг – це передача окремих дій і функцій провайдерам або постачальникам у випадку, коли останні спроможні гарантувати потрібні параметри якості й результативності виконання з можливістю передавання також і частини працівників підприємства замовника [6]. Дослідження промислових підприємств показало, що аутсорсинг – це спосіб розвитку та вдосконалення коопераційних виробничих відносин між суб'єктами в ринкових умовах [7]. На основі проведеного дослідження, можна зазначити, що



в аутсорсингу є достатньо особливостей застосування, які формують його в окремий вид підприємницької діяльності поруч із лізингом, франчайзингом, краудфандингом, інженірингом тощо. Крім того, аутсорсинг став настільки поширеним і революційним у побудові бізнесу будь-якої сфери економічної діяльності, що він сформував низку похідних понять (офшоринг (offshoring), ніашоринг (nearshoring), краудсорсинг (crowdsourcing), мультисорсинг (multisourcing)). Отже, проаналізовані поняття аутсорсингу дають змогу виокремити основні його ознаки: 1) участь у його організації та виконанні зацікавлених груп (стейкхолдерів) підприємства чи проекту; 2) реорганізація бізнесу і побудова нових бізнес-процесів з інтеграцією в них стейкхолдерів із визначеними стратегічними та операційними цілями; 3) а саме основне, що це вид підприємницької діяльності, який дає змогу отримувати провайдеру прибуток й інші фінансово-економічні результати, а замовнику також покращити результати своєї діяльності. Головне при використанні аутсорсингу – чіткий аналіз та контроль усіх вирішуваних підприємствами завдань, зіставлення їх зі стратегічними цілями, щоб раціонально визначити обсяг робіт, які доцільно передавати компанії-аутсорсеру. Тому саме аутсорсинг на сьогодні є найефективнішим інструментом бізнесу.

Незважаючи на зростання інтересу та попиту на аутсорсинг, він має як переваги, так і недоліки, що потрібно враховувати під час прийняття рішень щодо його використання. На нашу думку, головними перевагами аутсорсингу є забезпечення конкурентних переваг за рахунок підвищення економічної ефективності діяльності, утримання ключових компетенцій і вдосконалення бізнес-моделі. При цьому фірма-замовник має зважати на ризики використання такого співробітництва, таких як відтік інформації та можливість втрати контролю над ресурсами.

Недоліками, в свою чергу, виступають виникнення витрат на процес передачі функцій, можлива втрата контролю над ресурсами, ризик відтоку інформації щодо бізнес-даних, комерційних секретів та іншої конфіденційної інформації, яка необхідна для виконання контрактних функцій, відсутність чітких правил співпраці підприємства та аутсорсера, втрата робочих місць для працівників місцевих громад та, звичайно, новизна сфери аутсорингу в Україні.

Отже, враховуючи результати проведеного дослідження можна зробити висновок, що аутсорсинг знаходиться на стартовому рівні в Україні і є найефективнішим інструментом бізнесу, оскільки дає змогу підприємствам отримувати конкурентні переваги.

#### **Список використаних джерел**

1. Лобода Н. О., Чабанюк О. М., Дадак В. В. *Аутсорсинг в Україні: дефініція та перспективи. Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи: Міжнародна науково-практична інтернет конференція (27 листопада 2019 р.). Львів: Львівський інститут ПрАТ “ВНЗ “МАУП”, 2019. С. 232–235.*
2. Хейвуд Дж.Б. *Аутсорсинг: в пошуках конкурентних переваг; Пер. с англ. М.: Изд. дом “Вильямс”, 2004. 176 с.*
3. Кросс Дж. *Аутсорсинг: British Petroleum’s Гарвард Бизнес-ревю. 2010. 73(3).*
4. Handfield R. *A brief history of outsourcing. URL: <https://scm.ncsu.edu/scm-articles/article/a-brief-history-ofoutsourcing>.*
5. Календзян С.О. *Аутсорсинг и делегирование полномочий в деятельности компаний. Академия народного хозяйства. М.: Дело, 2003. 270 с.*
6. Загородній А. Г., Партин Г. О. *Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства. Фінанси України. 2009. № 9. С. 87–97.*
7. *Практика и сценарии развития производственного аутсорсинга. URL: [http://www.cfin.ru/management/manufact/outsourc\\_scenarios.shtml](http://www.cfin.ru/management/manufact/outsourc_scenarios.shtml).*

## ОРГАНІЗАЦІЙНА ФОРМА ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

В сучасних умовах господарювання важливим аспектом якісної побудови системи внутрішнього контролю на підприємстві є вибір його організаційної форми, що передбачає: створення окремого відділу контролю (на великих підприємствах) або без створення спеціального відділу з розподілом контрольних функцій між структурними підрозділами (бухгалтерія та ін.) або відповідальними особами підприємства (на малих і середніх підприємствах). Ефективність управління підприємств залежить від співпраці обох організаційних форм контролю. На нашу думку, вони мають доповнювати одна одну. Вибір організаційної форми залежить насамперед від обсягів діяльності та бізнес-процесів, які є на підприємстві.

На більшості досліджуваних підприємств функціонування системи внутрішнього контролю покладено на головного бухгалтера. Проте на наше переконання, ця організаційна форма має певні недоліки, зокрема, відсутній системний підхід, оскільки контроль не є постійним, внаслідок чого не охоплюються певні ділянки господарювання, що призводить до неефективності їх діяльності. Нами виділено основні чинники, що мають визначальний вплив на вибір організаційної форми контролю:

1) тип моделі внутрішнього контролю: модель “приватного підприємства”; модель “колективної власності”; модель “змішаної власності”;

2) масштаби діяльності та складність її організаційної структури.

У табл. 1 зафіксовано вплив цих чинників на вибір оптимальної форми організації внутрішнього контролю (спеціалізованої або структурно-функціональної).

Таблиця 1

**Вибір оптимальної форми організації внутрішнього контролю на підприємстві**

Тип моделі внутрішнього контролю	Масштаби діяльності підприємства	Велике підприємство	Середнє підприємство		Мале підприємство
			Складна організаційна структура	Проста організаційна структура	
Модель “приватного підприємства”		Спеціалізована форма	Спеціалізована форма	Структурно-функціональна форма	Структурно-функціональна форма
Модель “колективної власності”		Спеціалізована форма	Спеціалізована форма	Структурно-функціональна форма	Структурно-функціональна форма
Модель “змішаної власності”		Спеціалізована форма	Спеціалізована форма	Спеціалізована форма	Структурно-функціональна форма

*Джерело: запропоновано автором за результатами проведеного дослідження.*

Під час прийняття рішення про організаційну форму внутрішнього контролю слід брати до уваги вимоги щодо забезпечення процесу контролю. Одна з вимог до системи внутрішнього контролю полягає в наявності внутрішнього документа, що визначає процедури контролю діяльності підприємств. При цьому контроль за дотриманням процедур здійснює окремий структурний підрозділ вищого рівня, що сповіщає про виявлені порушення вищим органам управління.

Обираючи тип методики внутрішнього контролю, необхідно орієнтуватися передусім на наявність нормативних вимог із застосування методики контролю. Крім цього, потрібно вказувати, що витрати на організацію та здійснення контролю за їх використанням, за

оцінками спеціалістів, перевищують аналогічні витрати на здійснення традиційного внутрішнього контролю.

Із проведених досліджень випливає висновок, що потенціал служби контролю, як суб'єкта внутрішнього контролю, невиправдано занижений. Створюючи регламент діяльності служби контролю, слід передбачити можливість її активної участі в процесі господарської діяльності.

Обсяг повноважень служби контролю визначається моделлю внутрішнього контролю. Найбільший обсяг повноважень служби контролю доцільно передбачати для підприємств із наявністю усієї сукупності бізнес-процесів. Обсяг повноважень служби контролю може бути скорочений для підприємств із меншим колом технологічних процесів (малих підприємств), що потребують здійснення внутрішнього контролю. Для таких випадків передбачено модель "приватного підприємства" та модель "змішаної власності". Із огляду на це та з урахуванням вимог забезпечення процесу контролю, створюється регламент діяльності служби контролю:

- завдання служби контролю;
- періодичність здійснення планових перевірок і з'ясування підстав для проведення позапланового контролю;
- методика проведення контролю господарської діяльності (включаючи перелік питань, формалізовані вимоги до оформлення результатів);
- порядок подання результатів контролю вищому керівництву.

Аналіз процесів дає змогу виокремити господарські операції, найбільш значимі для досягнення поставленої перед відділом внутрішнього контролю мети. До них належать операції, обіг яких у грошовому вираженні за звітний період (період, що приймається за базисний) визнається суттєвим, а також операції, обіг за якими нижчий визначеного підприємством рівня суттєвості, але які несуть потенційно значні фінансові наслідки.

Внутрішній контроль на рівні процесного контролю забезпечується розробленням відповідного регламенту (внутрішнього нормативного документа), взаємозв'язаного з обов'язками працівників, передбаченими посадовими інструкціями. Відсутність таких організаційних документів (що виявлено під час дослідження підприємств заготівельно-збутової діяльності) є суттєвим недоліком внутрішнього контролю, що характеризує ставлення керівництва до контролю як до "другорядної, вторинної, несамоїсної діяльності", що не потребує регламентування. Дії учасників процесу внутрішнього контролю мають бути регламентовані, що віднесено нами до забезпечення контрольного процесу, як для самого процесу контролю, так і для визначення відхилень від існуючих вимог.

Упровадженню внутрішнього контролю має передувати ознайомленням працівників підприємства з регламентом (у частині, що відповідає їх обов'язкам і повноваженням). Доцільно першочергово апробувати регламент внутрішнього контролю в тестовому режимі, що дозволить виявити обставини, які не враховані під час розроблення регламенту, але важливі для його коректного застосування.

Показники, що формуються в результаті перевірки функціонування внутрішнього контролю, здійснюваного на всіх рівнях надпроцесного контролю, використовують для оцінки його якості. Тому під час розроблення методичного забезпечення внутрішнього контролю важливо визначити склад показників, які його характеризують та відображають специфіку фінансово-господарської діяльності конкретного підприємства. Такі показники доцільно об'єднати у дві групи: показники, що характеризують внутрішній контроль у сфері обліку; показники, що характеризують внутрішній контроль у сфері бюджетування.

При цьому на систему контролю впливають також зовнішні та внутрішні чинники: нормативна база, стан економіки, державне регулювання. Кризовий стан економіки та якість чинного нормативно-правового регулювання негативно впливають на діяльність досліджуваних підприємств, що не стимулює організацію ефективного внутрішнього контролю. Внутрішніми чинниками середовища є система управління підприємства та його організаційно-технологічна структура.

Оскільки система внутрішнього контролю впливає як на фінансовий стан, так і на

результати господарської діяльності, з метою забезпечення об'єктивності, неупередженості, якості висновків та пропозицій, що приймаються за результатами контрольних перевірок, слід унеможливити або хоча б зменшити вплив суб'єктивних чинників на учасників контрольного процесу. Тому потрібно оптимізувати організаційну побудову як усього контрольного процесу, так і кожної контрольної процедури.

Таким чином, організація внутрішнього контролю діяльності підприємств за пропозиціями автора дасть змогу системі управління оперативно контролювати діяльність як структурних підрозділів (за виробничими процесами), так і підприємства загалом. Це забезпечить прямий і зворотний зв'язок між керованою та керуючою системами, що сприятиме ефективній реалізації поставленої мети, також вказівок, виконуваних суб'єктами контролю.

**Мякинська В. В.**

к.э.н., доцент

ЧУО “БІП-Інститут правоведения”,

**Соболева Ю. В.**

главный бухгалтер

ООО “Магнит”

г. Минск, Республика Беларусь

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ И ОБОСНОВАНИЕ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ РАЗДЕЛЬНОГО УЧЕТА В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНОЙ И ОТЕЧЕСТВЕННОЙ НОРМАТИВНО-ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗОЙ**

Для определения понятия раздельного учета необходимо воспользоваться международной и отечественной законодательной базой.

**Во-первых, Почтовая директива ЕС 97/67/ЕС**, регламентирующая осуществление деятельности по оказанию почтовых услуг и являющаяся основополагающим международным документом в области почтовой связи в части раздельного учета затрат на услуги почтовой связи была определена статьей 14 Директивы Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 97/67/ЕС от 15 декабря 1997 г. (с учетом изменений и дополнений) [1]. Данный международный акт не дает определения раздельного учета затрат, однако регламентирует методику распределения затрат.

*Алгоритм распределения затрат на услуги почтовой связи в соответствии с статьей 14* состоит в следующем:

1. Затраты, которые могут быть непосредственно отнесены к определенной услуге, должны быть отнесены непосредственно к ней;

2. Общие затраты, которые не могут быть непосредственно отнесены к конкретной услуге, должны распределяться на основе выполнения определенных условий, в частности:

– общие затраты должны быть распределены непосредственно на услуги на основе прямого анализа происхождения затрат, если это возможно;

– если прямой анализ невозможен, категории общих затрат должны быть распределены на основе косвенной связи с другой категорией затрат или группой категорий затрат, для которых является возможным прямое отнесение или распределение, причем косвенное соотношение должно быть основано на сопоставимости структуры затрат;

– когда ни прямые ни косвенные меры не могут быть применены, категория затрат должна быть распределена на услуги на основе общего распределителя, вычисленного отношением расходов, прямо или косвенно распределенных и отнесенных к каждой из резервируемых услуг, к затратам по другим услугам.

**Во-вторых, в соответствии с Законом Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 57-3 “О бухгалтерском учете и отчетности”** [3] одним из принципов бухгалтерского

учета и отчетности в РБ является *принцип обособленности*. Суть его заключается в том, что активы, обязательства и собственный капитал, доходы, расходы организации учитываются отдельно от активов, обязательств и собственный капитал, доходы, расходы собственника имущества. Углубляясь в предметную область, следует упомянуть о принципе соответствия доходов и расходов.

**В-третьих, базируясь на основных положениях закона, организации почтовой связи в соответствии с Инструкцией по бухгалтерскому учету доходов и расходов**, утв. Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 30 сентября 2011 г. № 102 для целей бухгалтерского учета в зависимости от характера, условий осуществления и направлений своей деятельности должны *подразделять понесенные расходы по видам деятельности*, представляющим собой “часть затрат организации, относящуюся к доходам по видам деятельности, полученным организацией в отчетном периоде” [5].

**В-четвертых**, необходимость раздельного учета также вытекает из требований, предъявляемых к отчетности. В соответствии с Инструкцией “О порядке составления бухгалтерской отчетности”, утвержденной Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 31 октября 2011 г. № 111 “Об установлении форм бухгалтерской отчетности” *должны обособленно приводиться показатели выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг и показатели расходов, связанных с получением указанной выручки*.

**В-пятых, согласно Особенной части Налогового Кодекса Республики Беларусь** [2] организации обязаны вести раздельный учет выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг, имущественных прав и внереализационных доходов, а также затрат, связанных с получением этих доходов. В частности при исчислении налога на добавленную стоимость, предприятия, реализующие товары (работы, услуги) как освобождаемые от НДС, так и облагаемые указанным налогом имеют право на получение льготы только при наличии раздельного учета затрат на производство и реализацию таких товаров (работ, услуг).

**В-шестых, в соответствии с Положением о ведении операторами почтовой связи раздельного учета доходов и расходов по оказываемым услугам почтовой связи**, утвержденной Приказом Мининформсвязи РФ от 11.09.2007 [4] раздельный учет это упорядоченная система сбора, регистрации и распределения информации бухгалтерского, статистического и оперативно-технического учетов о доходах и расходах по услугам почтовой связи (объектам калькулирования).

**В-седьмых, в отношении отрасли связи в Республике Беларусь, то в 2011 году** были разработаны *Методические рекомендации по ведению раздельного учета доходов, затрат и задействованных активов по видам услуг электросвязи в Республике Беларусь*. В соответствии с данным локальным документом раздельный учет это система сбора и обобщения информации о доходах, затрат и задействованных активов отдельно по каждому виду услуг электросвязи, является частью управленческого учета предприятия.

Целью методических рекомендации является определение экономически обоснованных затрат на услуги электросвязи в соответствии с Постановлением Министерства экономики Республики Беларусь, Министерства связи Республики Беларусь от 21 мая 2003 г. №110/12 “Об утверждении Положения о порядке формирования тарифов на услуги связи, оказываемые организациями Министерства связи и информатизации Республики Беларусь”. Результаты ведения раздельного учета обеспечивают возможность определения, анализа и, при необходимости, оптимизации затрат в разрезе структурных подразделений, ресурсов, бизнес процессов, элементов сети, элементов услуг и услуг электросвязи.

В силу специфичности почтовых технологий, многономенклатурного характера производства услуг почтовой связи, преобладания косвенных затрат в структуре издержек, разработанные методологические положения раздельного учета затрат электросвязи не могут быть полностью перенесены на почтовую связь и будут иметь существенные различия по перечню бизнес-процессов и баз распределения косвенных расходов.

В настоящее время доходы от оказания услуг почтовой связи в РБ учитываются отдельно по всем их видам на основе первичных документов по данным бухгалтерского учета. Учет же расходов в организациях почтовой связи в настоящее время ведется обезличенным (котловым) способом, сущность которого состоит в учете затрат на производство в целом по организации на счете 20 “Основное производство”.

Применение такого учета на практике экономически нецелесообразно и не соответствует требованиям международных стандартов, в частности Директивы 97/67.

Несмотря на то, что в отечественном учете существует теоретическое разделение расходов по видам деятельности на их составляющие, в аналитическом учете организаций связи Республики Беларусь вышеприведенные категории как отдельные объекты учета не отражаются. Это обуславливает необходимость и актуальность разработки специальных методических положений по раздельному учету доходов и расходов услуг почтовой связи на основе глубокого анализа опыта стран ближнего зарубежья в построении.

Все выше перечисленные документы дают методологическую базу ведения раздельного учета в организациях почтовой связи.

#### **Список использованных источников**

1. Директива 97/67/ЕС Европейского парламента и совета от 15 декабря 1997. URL: <http://garant.ru>.
2. Налоговый кодекс (особенная часть): Закон Респ. Беларусь, 29 декабря 2009 г., № 71-3: в ред. Закона Респ. Беларусь от 04.01.2012 г., N 337-3. Консультант плюс: Беларусь. ЮрСпектр, Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.
3. О бухгалтерском учете и отчетности: Закон Респ. Беларусь, 8 ноября 1994 г., № 3373-XII: в ред. Закона Респ. Беларусь от 12.07.2013 г., N 57-3. Консультант плюс: Беларусь. ООО “ЮрСпектр”, Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.
4. О СВЯЗИ: Закон РФ, 7 июля 2003 г., № 126-ХФЗ: в ред. Закона РФ от 9 февраля 2007 г. Гарант. ООО “Гарант”, Нац. центр правовой информ. РФ. Москва, 2020.
5. Об утверждении Инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов”: постановление Мин.финансов Респ. Беларусь, от 30 сентября 2011 г. № 102. Консультант Плюс: Беларусь. ЮрСпектр, Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2020.

**Полянська О. А.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСОБЛИВА РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ ВИХОДЯЧИ ІЗ ПІДВИЩЕННЯ ВАГОМОСТІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ТА СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ**

Першою компанією в світі, яка розпочала втілення стратегії корпоративної соціальної (КСВ) стала Нафтогазова компанія Royal Dutch Shell у 90-х роках минулого століття. Широкого розповсюдження КСВ набула в останнє десятиріччя, хоча термін з'явився ще раніше – 1953 р. (його використав американський економіст Говард Боуен).

Ставлення до корпоративної соціальної відповідальності залежить від точки зору конкретної особи – бізнесмена, урядовця чи громадянина. Для підприємця КСВ може бути елементом бізнес-стратегії та своєрідного піару, для урядовця – засобом “саморегулювання” корпорацій, а для громадянина – вагомим аргументом для вибору товарів та послуг конкретної компанії. КСВ означає, що бізнес із відповідальністю ставиться до свого впливу на зацікавлені сторони – громади, власних співробітників, споживачів та на довкілля.

Питання КСВ – це питання репутації та успішності. Зараз компанії не можуть ігнорувати свій імідж як соціально відповідального гравця. Під час дослідження агентства Cone Communications, результати якого оприлюднені 2017 р., 87% опитаних американців стверджували, що куплять продукт або послугу в компанії, якщо вона опікується тими ж проблемами, про які турбується споживач. Але якщо компанія підтримує справу, яка

суперичить переконанням споживача, то 76% людей відмовляться щось купувати в неї [1].

КСВ має три основні підходи. Найпоширенішим є філантропія, до якої входять внески та допомога неприбутковим організаціям і громадам. Наприклад, шведська ІКЕА допомагає вирішувати нагальні проблеми громадам у світі: будує школи, дарує іграшки або забезпечує доступ до питної води. Нещодавно вона надала \$2,3 млн на фінансування проектів зеленої енергетики, які сумарно забезпечили електрикою мільйони людей в Індії та Східній Африці [2].

Другий підхід базується на прийнятті внутрішніх стандартів КСВ і дотриманні їх при здійсненні основної діяльності компанії. Це стосується використання більш екологічних технологій та матеріалів у виробництві, етичного ставлення до працівників та іншого. В цьому є сенс, оскільки сучасному споживачу цікаво, яку шкоду довкіллю або місцевим громадам може завдати діяльність компанії. І якщо неприємна інформація стає публічною, це впливає і на ставлення до компанії, і на її доходи. Дослідження говорять, що люди справді вірять, що їх компанія має мету та чіткі цінності, коли бачать, як керівництво приймає рішення, яке жертвує короткостроковою прибутковістю заради дотримання цих цінностей. Скажімо, коли американська мережа аптек CVS вирішила більш глибоко зайнятися охороною здоров'я, вона вирішила, що більше не може продавати тютюнові вироби, хоча отримувала від цього дохід понад 2 мільярди доларів [3].

Третім підходом є створення спільної цінності. Він базується на концепції Гарвардських економістів Майкла Портера та Марка Крамера, запропонованій 2011 р. Вона полягає в тому, що успіх корпорацій та суспільний добробут взаємопов'язані. Бізнесу для успіху потрібні здорові та освічені працівники, а суспільству для процвітання – дохідні та висококонкурентні бізнеси, які створюють прибуток, податки та добробут. Створення спільної цінності визнає відмову від швидкого прибутку на користь досягнення тривалих соціальних та екологічних цілей.

Особливої ваги соціальна відповідальність бізнесу набуває сьогодні, в умовах світової пандемії та економічної кризи. Сьогодні бізнес несе значних збитків та перебуває під тиском інвесторів та банків. Проте, більшість великих компаній деклаюють свою соціальну мету, говорять про те наскільки вони піклуються про своїх працівників та інших зацікавлених осіб. Тепер вони мають можливість виконати задекларовані ними зобов'язання.

Український бізнес активно включився в боротьбу з COVID-19, перераховуючи тисячі та мільйони гривень на допомогу медикам та лікарням, підтримку своїх працівників та соціально незахищених верств населення. CSR Ukraine, експертна організація Центру "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності" ініціює дослідження дій бізнесу в умовах кризи та потенціал корпоративної соціальної відповідальності українських компаній в період COVID-19 [4]. Буде створений і оприлюднений каталог внеску вітчизняних компаній для боротьби з COVID-19. Дослідження корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу у трьох основних напрямках: дії бізнесу у сфері охорони здоров'я, відносин з працівниками, допомога сфері освіти [4].

Для оцінки внеску великого, малого та середнього бізнесу, а також підвищення репутації компаній в очах суспільства кращим інструментом, який проінформує заінтересованих сторін, є соціальна звітність. Адже у соціальному звіті розкривається інформація щодо пріоритетів і цінностей компанії в галузі сталого розвитку, надаються відомості про результати її впливу на економічну, соціальну і екологічну сферу. Публікуючи такий звіт, компанія заявляє про готовності до діалогу з суспільством, прагне враховувати інтереси зацікавлених сторін (держави, клієнтів, співробітників, акціонерів, інвесторів) в рамках соціального партнерства.

В сучасних реаліях, один із розділів соціальної звітності повинен бути присвячений соціальній відповідальності компаній перед співробітниками та на створенні безпечних умов праці для них. Компанії повинні бути соціально відповідальними перед працівниками, які втратили доходи і їхні заощадження вичерпуються. Приміром такі світові корпорації, як Walmart, Microsoft, Apple та Lyft взяли на себе зобов'язання продовжувати виплачувати заробітну плату працівникам щонайменше протягом перших двох тижнів закриття магазинів

[4]. Деякі компанії вирішили надати фінансові позики працівникам під 2-3% річних, повернення яких буде відбуватися із заробітної плати працівників протягом наступного року. Одним із варіантів соціальної відповідальності компаній це покриття витрат на медичну допомогу працівникам, які її потребують. Позитивним моментом для таких компаній, з економічної точки зору, є те, що в подальшому це істотно зменшить витрати на навчання нових працівників, коли економіка повернеться до норми.

Ще в одному розділі соціальної звітності повинна висвітлюватися інформація про соціальну відповідальність компанії перед постачальниками. Приміром можливий варіант оплатити авансом за товари і послуги, які велика корпорація буде споживати в майбутньому. Це здійснюється для того, щоб підтримати малих бізнес та ті підприємства, які є надійними постачальниками, і допомогти їм не збанкрутувати.

Одне з найважливіш в соціальній звітності є інформація, яка висвітлює виконання місії соціальної відповідальності перед суспільством. Зокрема компанія може придбати та допомогти доставити медикаменти, засоби дезінфекції, маски з тих частин світу, де потреба в них зменшилася (Китай, Південна Корея) в ті частини світу, де є гостра необхідність в них і нестача (Європа, США).

Отже, надважливим за сучасних умов є реалізація вітчизняним бізнесом бажання допомогти, що вплине на розвиток соціальної корпоративної відповідальності та зробить дієвою синергію бізнесу та держави.

#### **Список використаних джерел**

1. Офіційний сайт агентства Cone Communications. URL: <https://www.conecomm.com/insights-blog/2017/5/25/announcing-the-2017-cone-communications-csr-study>.
2. Токунова А. Про альтернативну енергетику та корпоративну відповідальність. URL: <https://blog.liga.net/user/atokunova/article/27287>.
3. Kramer Mark R. Coronavirus Is Putting Corporate Social Responsibility to the Test. URL: <https://hbr.org/2020/04/coronavirus-is-putting-corporate-social-responsibility-to-the-test>.
4. Офіційний сайт european business association. URL: <https://eba.com.ua/doslidzhennya-biznesu-z-korporatyvnoyi-sotsialnoyi-vidpovidalnosti-v-umovah-pandemiyi/>.
5. Pandemic: examining the limits of corporate social responsibility. URL: <https://knowledge.insead.edu/responsibility/pandemic-examining-the-limits-of-corporate-social-responsibility-2239>
6. Кудрик П. О. Розвиток системи корпоративного обліку і звітності через аналізування і оцінювання економічних ризиків. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/19038/1/%D0%9A%D1%83%D1%86%D0%B8%D0%BA%20%D0%9F%D0%9E.PDF>.

**Чабанюк О. М.**

к.е.н., доцент,

**Кузьмінська К. І.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ДОСТАВКИ ТОВАРУ ЧЕРЕЗ ПОШТОВІ ВІДДІЛЕННЯ**

Розвиток інтернет-торгівлі є важливим аспектом забезпечення потреб населення в умовах обмеженості їх мобільності. Одним із способів доставки товарів, що купуються в інтернеті, є доставка через поштові відділення.

При доставці товарів поштою, товар разом із супроводжуючими документами передається відповідальній особі, з якою укладається договір про повну матеріальну відповідальність. Така особа оформлює відправлення на адресу покупця та оплачує поштові послуги за доставку. Про факт отримання товару продавцю надсилається повідомлення. Якщо умовами договору продавця з покупцем та договору продавця з поштою передбачено оплату в момент отримання товару на поштовому відділенні, покупець вносить кошти для перерахування на банківський рахунок продавця.

Дохід визнається за першої із подій: або за датою вручення товару покупцю, або за



датою отримання грошей на поточний рахунок. Проте слід враховувати наступні моменти: про вручення товару покупцю підприємство дізнається у повідомленні про вручення посилки одержувачу, яке надсилається поштою та йде досить тривалий час; при отриманні готівки за товар, поштове відділення може не одразу перерахувати гроші на рахунок підприємства. Тому може скластися ситуація, коли підприємство визнає дохід не у відповідному податковому періоді. Тому дохід слід визнати у момент відправлення товару у поштовому відділенні.

Кореспонденція рахунків з обліку оплати товару, доставленого поштовим відділенням наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Кореспонденція рахунків з обліку оплати товару, доставленого поштовим відділенням**

№ з/п	Зміст операції	Кореспонденція рахунків	
		Дебет	Кредит
1	Передано товар підзвітним особам для пересилання поштою	281 "Товари на складі" (передані товари)	281 "Товари на складі"
2	Пред'явлено поштові квитанції, що підтверджують факт відправлення	361 "Розрахунки з вітчизняними покупцями"	702 "Дохід від реалізації товарів"
3	Нараховано податкове зобов'язання з ПДВ	702 "Дохід від реалізації товарів"	641 "Розрахунки за податками"
4	Нараховано поштові витрати	93 "Витрати на збут"	372 "Розрахунки з підзвітними особами"
5	Нарахована заробітна плата працівникам, що займаються пересиланням	93 "Витрати на збут"	661 "Розрахунки за заробітною платою"
6	Нараховано ЄСВ на заробітну плату кур'єра	93 "Витрати на збут"	651 "За розрахунками із загальнообов'язкового державного соціального страхування"
7	Отримано оплату за товар	311 "Поточні рахунки в національній валюті"	361 "Розрахунки з вітчизняними покупцями"

Слід звернути увагу, що при торгівлі через інтернет, розрахунки за товар обумовлюються під час його придбання. Зокрема, це можуть бути, розрахунки електронними грошима (платіжні системи webmoney, guru тощо), розрахунки банківським переказом, розрахунки платіжними картками Visa, MasterCard, LiqPay.

**Список використаних джерел**

1. Чабанюк О. М., Кузьмінська К. І. Облік і оподаткування у торгівлі та підприємствах ресторанного бізнесу: навч. посіб. К. : Алерта, 2019. 214 с.
2. Чабанюк О. М., Кузьмінська К. І. Інтернет-торгівля: сутність та особливості організації. Фінансові механізми сталого розвитку України : матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф., 25-26 жовтня 2018 р.; ред. кол.: О. І. Черевко та ін.; Харківський держ. ун-т харч. та торг. Х.: Видавництво Іванченка І. С., 2018. 456 с.

**Чік М. Ю.**

к.е.н., доцент,

**Бойко Р. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРИНЦИП СУТТЄВОСТІ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ**

Важливою концепцією, яка визначає підхід до бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності є концепція суттєвості, яка обґрунтовує необхідність представлення і розкриття інформації в фінансовій звітності у всіх суттєвих аспектах. Концептуальні основи фінансової звітності визначають суттєвість як характеристику, пов'язану з прийняттям економічних рішень користувачами.

Сучасні наукові напрацювання, пов'язані з трактуванням сутності та розробленням методичних підходів до визначення суттєвості, містяться у дослідженнях Niamh Brennan, Sidney J. Gra, Bates, H. L., Ingram, R. W., Reckers, P. M. J., Н. І. Дорош, В. В. Євдокимова, М. В. Корягіна, А. В. Кучерова, П. О. Куцика, С. Ф. Легенчука, О. В. Харламової та ін. Питання застосування суттєвості під час ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності підприємствами є комплексним, тому потребує подальшого дослідження.

Проф. Кучеров А. В. вважає суттєвість (з англ. “materiality”) одним із основних економічних понять бухгалтерського обліку. Суттєвість являє собою таку величину (чи якість) статей звітності, непередставлення чи перекручення (індивідуально чи в комплексі), вплине на економічні рішення користувачів звітності, які приймаються на основі або щодо звітності підприємства, що звітує, тобто суттєвість розглядається як якісна величина статті фінансової звітності.

Відповідно до Методичних рекомендацій щодо облікової політики підприємства, затверджених наказом Міністерства фінансів України від 27.06.2013 року № 635, одним із елементів облікової політики є кількісні критерії і якісні ознаки суттєвості інформації про господарські операції, події, статті фінансової звітності. Безпосередня характеристика чи пояснення терміну “суттєвість” в нормативно-правових актах України не визначені. Єдиним рекомендаційним, проте застарілим документом, який містить трактування цієї дефініції є лист Міністерства фінансів України “Про суттєвість у бухгалтерському обліку і звітності” від 29.07.2003 р. № 04230-04108. Під суттєвістю розуміють характеристики облікової інформації, які визначають її здатність впливати на рішення користувачів фінансової звітності, тобто суттєвість розглядається як якісна характеристика інформації.

У вітчизняній практиці бухгалтерського обліку поняття “суттєвість” поєднують з граничним рівнем помилки у фінансовій звітності. На нашу думку, це є вузьке розуміння даного поняття, що все більше утруднює впровадження концепції суттєвості в національну бухгалтерську практику.

З практичної точки зору суттєвість являє собою не тільки якісну характеристику фінансової звітності, але й “точку відліку” (cut-off point), вище якої жодні помилки, пропуски, перекручення не можуть бути залишені підприємством без відповідного виправлення. Визначення, яка величина статті фінансової звітності є суттєвою для підприємства з конкретними і точними цифрами ні стандарти МСФЗ, ні стандарти GAAP не дають. Визначення такої межі – це питання професійного судження, яке поднює не тільки кількісні, але й якісні елементи аналізу.

Більш конкретно, ніж у МСФЗ, питання суттєвості визначені в Міжнародних стандартах аудиту, так як аудиторам інформація щодо суттєвості необхідна для цілей виконання аудиторських перевірок. В ідеальній ситуації підприємство, яке звітує і його аудитори повинні мати однакові показники межі суттєвості для балансових і дохідно-витратних статей. Особливо актуальним є визначення межі суттєвості при проведенні аудиту фінансової звітності групи підприємств, які складають фінансову звітність відповідно до

норм МСФЗ. У цьому випадку необхідно визначити межу суттєвості як для групи підприємств в цілому, так і для її індивідуальних компонентів (дочірніх і асоційованих підприємств, спільних підприємств).

Відповідно до Концептуальних основ фінансової звітності принцип суттєвості стосується відхилень або помилок у фінансовій звітності, якщо вони окремо чи в комплексі можуть впливати на управлінські рішення, які приймаються користувачами фінансової звітності, у першу чергу, власниками підприємства. Цей принцип використовується і для іншої фінансової інформації, яка оприлюднюється підприємствами. Та чи інша стаття фінансової звітності може і не бути настільки суттєвою, щоб розкриватись окремою статтею звітності, однак така стаття підлягає відображенню в примітках до фінансової звітності.

Потрібно розуміти, що одна і та ж сума визначеної статті може бути значимою для одного суб'єкта господарювання і не мати значення для іншого суб'єкта господарювання. Тому підприємства, ґрунтуючись на професійних судженнях, самостійно повинні вибирати для себе критерії суттєвості для представлення тієї чи іншої інформації в фінансовій звітності та зафіксувати ці критерії у обліковій політиці.

Відомо, що в вартісному вираженні суттєвість має два аспекти: абсолютний і відносний. Відносний аспект суттєвості характеризується як якісна характеристика фінансової звітності. Наприклад, помилка в нарахуванні витрат в сумі 1 млн. грн. може бути зовсім несуттєвою для підприємства з прибутком у сумі 1 млрд. грн., але ця ж помилка буде суттєвою для підприємства з прибутком у сумі 3 млн. грн.

Тому інформація вважається суттєвою, якщо її пропуск або викривлення може вплинути на економічні рішення користувачів, прийняті на підставі фінансової звітності. Суттєвість оцінюється в конкретних умовах значущості інформації в залежності від величини об'єкта, що оцінюється і допустимості помилки.

Відповідно до облікової політики підприємства визначають суттєвість стосовно наступної інформації:

- відображення статей фінансової звітності;
- розкриття статей фінансової звітності – балансу (звіту про фінансовий стан) підприємства (окремих об'єктів обліку, що належать до активів, зобов'язань та власного капіталу);
- розкриття статей фінансової звітності – звіту про фінансові результати (звіту про сукупний дохід) (окремих видів доходів та витрат);
- проведення переоцінки або зменшення корисності об'єктів обміну;
- визначення подібних активів.

Для кожного із складових фінансової звітності обирається окрема база визначення кількісних критеріїв і якісних ознак суттєвості статей фінансової звітності, діапазон кількісних критеріїв, наприклад:

- для статей балансу (звіту про фінансовий стан) підприємства – базою є сума підсумку балансу;
- для статей звіту про фінансові результати (звіту про сукупний дохід) – базою є сума чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт і послуг);
- для статей звіту про рух грошових коштів – базою є сума чистого руху грошових коштів від операційної діяльності;
- для статей звіту про зміни у власному капіталі – базою є розмір власного капіталу підприємства.

Таким чином, основні практичні правила, які відносяться до концепції суттєвості, можуть бути сформульовані наступним чином:

- кожен суттєвий клас подібних між собою статей повинен бути представлений у фінансовій звітності окремо;
- несуттєві статті повинні агрегуватися за природою чи функціями;
- статті, які є недостатньо суттєвими для фінансової звітності, можуть бути розкриті в примітках до фінансової звітності.

## **ОСНОВНА ПРОБЛЕМАТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ОБЛІКУ ВИТРАТ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПАСАЖИРСЬКИМ АВТОТРАНСПОРТОМ**

Своєчасний та повний облік витрат є дуже важливим для діяльності підприємства, оскільки витрати прямо впливають на фінансовий результат та відповідно на суму прибутку підприємства. Важливим є те, що на основі обліку витрат здійснюється і калькулювання собівартості пасажирських перевезень, що прямо впливає на розмір валового прибутку підприємства, як різниця між чистим доходом від надання послуг перевезення пасажирів та собівартістю реалізованих послуг. Це дає можливість підвищити комфортабельність, конкурентоспроможність і як наслідок – рентабельність підприємства.

Не менш важливу роль відіграє облік витрат у системі управління пасажирським автотранспортом, являючись елементом управління. Саме ж поняття системи управління є багатограним і кожен науковець трактує його по різному. На нашу ж думку, система управління – це сукупність певних заходів, спрямованих для збору, обробки та контролю інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень. Отже, організувати облік витрат необхідно таким чином, щоб забезпечити повний та чіткий облік фактичних витрат, з правильним та доцільним відображенням їх в управлінській звітності. Це допоможе провести якісний аналіз витрат з виявленням статей, які можна скоротити, що сприятиме зменшенню собівартості перевезень.

Нажаль, чинне законодавство з обліку витрат автотранспортних підприємств є морально-застарілим та таким, що втратило свою актуальність та не відповідає сучасним вимогам обліку та веденню господарської діяльності підприємства у сучасних умовах, із врахуванням конкуренції зі сторони інших перевізників автотранспортом та інших видів транспорту. На сьогоднішній день, визначення витрат та порядок їх обліку відображені у таких нормативних документах: НП(С)БО 1 “Загальні вимоги до фінансової звітності”, П(С)БО 16 “Витрати”, П(С)БО 31 “Фінансові витрати”, Методичні рекомендації з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті № 65 від 05.02.2001р [1].

Так, у НП(С)БО 1 дано визначення витрат, які характеризуються як зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками). Визнання та склад витрат регламентовано у П(С)БО 16, проте носить більш узагальнюючий характер, обмежившись класифікацією за елементами та статтями витрат, що не задовольняє інформаційні потреби для формування управлінської звітності. Такі ж недоліки, незважаючи на більш деталізований опис класифікаційних ознак, стосуються і Методичних рекомендацій № 65. Окрім того, що дані Методичні рекомендації носять лише рекомендаційний характер, тобто немає чіткої регламентації щодо обліку витрат, вони мають ряд невідповідностей із П(С)БО 16 та П(С)БО 31. Так, до складу елемента “Матеріальні витрати” тепер не включають продукти власного виробництва, а до фінансових витрат не включають всі відсотки за кредит, тому керуючись даними Методичними рекомендаціями потрібно застосовувати лише чинні пункти. До того ж класифікація витрат здійснюється за такими ознаками: місце виникнення, види витрат, спосіб віднесення на собівартість перевезень, ступінь впливу собівартості перевезень, склад витрат, звітні періоди та доцільність. Як бачимо, всі ці ознаки є узагальнюючими, які розраховані на всі види транспорту, без уніфікації до автотранспорту та тим більше до досліджуваних нами міських пасажирських перевезень.

Враховуючи перераховані недоліки, необхідно розробити та запровадити адаптовану для діяльності автотранспортних підприємств облікову політику. Удосконалення обліку витрат полягає в тому, що необхідно здійснювати класифікацію статей витрат за джерелами їх виникнення, об'єктами та методами використання із відповідністю цільового призначення.

Потребує уваги і удосконалення калькулювання собівартості автотранспортних перевезень. Важливим є перегляд норм витрат паливно-мастильних матеріалів, скорочення нерентабельних статей витрат та переадресування грошових вкладень на рентабельні статті. Адже від економного, раціонального та ефективного використання грошових та матеріальних ресурсів підприємства залежить правильне формування витрат та здійснення їх оптимізації.

Оскільки функціонування системи управління автотранспортного підприємства спрямоване здебільшого на внутрішніх користувачів і є складовою управлінського обліку, необхідне запровадження інформаційної системи внутрішньогосподарського обліку. Важливим є не лише збір даних про витрати за минулий звітний період, але і проведення їх аналізу, плануванню, порівняння фактичних витрат з нормативними, підведення підсумків та здійснення прогнозування витрат на наступний звітний період. Таким чином, система управління підприємством включає в себе фінансовий облік, економічний аналіз, управлінський облік витрат у багаторакурсному аспекті і потребує прийняття правильних в кінцевому результаті управлінських рішень.

З метою ефективного управління витратами, необхідне здійснення контролю обліку витрат, починаючи із достовірного документування формування витрат – закінчуючи правильним відображенням їх у звітності. Для цього необхідне створення центру відповідальності за витратами, здійснення обліку експлуатаційних витрат за кожним транспортним засобом підприємства, запровадження системи бюджетування із здійсненням оцінки виконання бюджетів, управління відхиленнями витрат, ведення інтегрованої звітності із обов'язковим зазначенням усіх видів ризиків, характерних для автотранспортного підприємства. Оскільки підвищенню ефективності діяльності підприємства сприяє вчасне виявлення недоліків в обліку витрат підприємства та оперативне виправлення їх, важливим є проведення фактичного контролю у вигляді інвентаризації, обов'язковим є також проведення внутрішнього аудиту.

Для обліку витрат пасажирського автотранспорту використовують План рахунків бухгалтерського обліку [2], зокрема застосовують рахунок 23 “Виробництво” та рахунки класу 9 “Витрати”. На нашу думку, додатково необхідно ввести субрахунок для відображення витрат, пов'язаних із обліком пасажирських перевезень – основної діяльності автотранспортного підприємства. Так пропонуємо запровадити субрахунок 231 “Витрати пасажирських перевезень” із деталізацією згідно режимів перевезень пасажирів: 2311 “Витрати перевезень у звичайному режимі руху”, 2312 “Витрати перевезень у експресному режимі руху”, 2313 “Витрати перевезень нічними автобусами”.

Враховуючи той факт, що на автотранспортному підприємстві існують різні режими перевезень, собівартість їх теж буде різною і ми вважаємо недоцільно обліковувати їх на одному рахунку без деталізації, оскільки такі дані є малоінформативними та не задовольняють потреби системи управління. Тому, ми пропонуємо ввести субрахунок 9011 “Собівартість реалізованих перевезень у звичайному режимі руху”, 9012 “Собівартість реалізованих перевезень у експресному режимі руху”, 9013 “Собівартість реалізованих перевезень нічними автобусами”. Отже, дані нововведення допоможуть вести аналітичний облік витрат в розрізі режимів перевезень та визначити за кожним із них валовий прибуток (збиток).

#### **Список використаних джерел**

1. Методичні рекомендації з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті: затверджені наказом Міністерства транспорту України № 65 від 05.02.2001 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0065361-01/card2>.

2. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: затверджений наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 року № 291. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11>.

## **ОРГАНІЗАЦІЙНІ ОСНОВИ ПІДСИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В АГРАРНІЙ СФЕРІ**

Важливу роль в рамках функціонування обліково-аналітичних систем суб'єктів господарювання, зокрема аграрного сектору національної економіки, відіграє підсистема економічного аналізу. Саме підсистема економічного аналізу репрезентує результати проведених аналітичних операцій, в підсумку, на основі якої управлінський персонал приймає поточні та перспективні рішення щодо діяльності підприємства та подальшого розвитку бізнесу.

Теоретичні та практичні проблеми організації підсистеми економічного аналізу суб'єктів господарювання досліджувались у працях таких науковців: Р. Ф. Бруханський [1], В. М. Жук [2], П. О. Куцик [3], В. С. Лень [4], Є. В. Мних [5], П. Р. Пуцентейло [6], В. Є. Швець [7]. Однак, на нашу думку, у цих працях недостатньо приділено уваги підприємствам аграрного сектору.

Організація, як одна із функцій управління, відіграє не менш важливу роль для забезпечення якісного і надійного функціонування підсистеми економічного аналізу в рамках обліково-аналітичної системи суб'єкта аграрного сектору.

Передусім в рамках організації відбувається створення і впровадження на підприємстві моделі формування підсистеми економічного аналізу з її елементами, зв'язками між ними, структурою, забезпеченням “входів” та “виходів”, результатами, їх опрацюванням та подальшим використанням, створенням та імплементацією параметрів керування, серед яких, як вже зазначалося, особливо важливе значення та роль відводиться стандартизації підсистеми економічного аналізу (з повноцінним нормативно-інституційним забезпеченням, стандартами і регламентами функціонування).

Організація підсистеми економічного аналізу потребує достатньо виваженої роботи, причому не лише в частині формування штату кваліфікованих кадрів з необхідними професійно-кваліфікаційними якостями, але й правильності та повноти постановки завдань, здатності охопити всю діяльність підприємства та проектувати різні горизонти розвитку, здатності досягти балансу між реалізацією інтересів суб'єктів підсистеми з обсягами ресурсного забезпечення на її функціонування.

У значній мірі з огляду на ці обставини суттєве теоретико-прикладне значення має побудова послідовності організаційної роботи з формування на базі суб'єкта аграрного сектора підсистеми економічного аналізу, яка дозволяє чітко побачити весь обсяг і всю послідовність заходів на шляху до становлення, утвердження і контролю функціонування цієї підсистеми.

В підсумку узагальнення сучасних теоретико-методичних розробок, а також практичних напрацювань у сфері здійснення економічного аналізу та його організації, пропонуємо визначити таку послідовність управлінських заходів у вказаному напрямі:

- 1) ухвалення рішення про формування підсистеми економічного аналізу в рамках обліково-аналітичної системи підприємства;
- 2) ідентифікація мети, цілей, завдань та очікуваних результатів функціонування підсистеми економічного аналізу;
- 3) визначення організаційних, управлінських та функціональних особливостей суб'єкта аграрної сфери та їх проєкція на підсистему економічного аналізу;
- 4) обґрунтування оптимальної для підприємства системи організації економічного аналізу;
- 5) формування інституційно-правового та регламентного забезпечення функціонування підсистеми економічного аналізу;

б) розробка і впровадження на суб'єкті аграрного сектору підсистеми економічного аналізу;

7) визначення професійних характеристик і посадових компетенцій фахівців-аналітиків на всіх рівнях та за всіма складовими аналітичної роботи.

8) формування аналітичної групи, прийняття рішення про доцільність залучення зовнішніх експертів;

9) формування інформаційного, програмного, організаційно-технічного, правового, ергономічного забезпечення підсистеми економічного аналізу;

10) планування та початок діяльності, реалізація мети, функцій і завдань підсистеми економічного аналізу;

11) контроль якості та ефективності функціонування підсистеми економічного аналізу, реалізації її мети, функцій та завдань;

12) обґрунтування висновків щодо удосконалення діяльності та подальшого розвитку підсистеми економічного аналізу в рамках обліково-аналітичної системи суб'єкта господарювання аграрного сектору економіки.

Важливо наголосити на принципі циклічності роботи з формування на підприємствах аграрного сектору підсистем економічного аналізу, а саме – постійного контролю якості та ефективності функціонування, досягнення поставлених мети, цілей і завдань, реалізації функцій і перегляду базисних положень, на яких побудована підсистема. Це обумовлено динамікою зовнішнього середовища в глобальній економіці, на внутрішньому ринку, в сфері аграрного бізнесу, економіко-правовій площині ведення комерційної господарської діяльності. Навіть зміна етапу життєвого циклу підприємства, його вихід на нову стадію розвитку, нарощування масштабів сільськогосподарської діяльності, розширення господарств, збільшення складу інституційних та договірних партнерів по сільськогосподарській та іншій кооперації і співпраці істотно модифікують завдання та інструментарій економічного аналізу, очікувані результати його підсистеми.

Саме тому після ретельного контролю якості та ефективності функціонування підсистеми економічного аналізу, реалізації її мети, функцій та завдань доречно повернутися до перегляду базисних інституційно-правових і регламентних положень її функціонування. Перегляду може підлягати й склад фахівців, відповідальних на підприємстві за реалізацію функції економічного аналізу (якщо їх професійно-кваліфікаційні компетенції не відповідають новим умовам функціонування суб'єкта аграрного бізнесу та викликам зовнішнього і внутрішнього середовища аграрної сфери економіки).

#### **Список використаних джерел**

1. Бруханський Р. Ф. *Облік і аналіз у системі стратегічного менеджменту аграрного підприємництва*. Монографія. Тернопіль: ТНЕУ. 2014. 384 с.
2. Жук В.М. *Концепція розвитку бухгалтерського обліку в аграрному секторі економіки: монографія*. Київ: ННЦ "Інститут аграрної економіки" УААН, 2009. 648 с.
3. Куцик П. О., Мазуренко О. М. *Обліково-аналітична концепція управління загальновиробничими витратами підприємства: монографія*. Львів: Видавництво "Растр-7". 2014. 288 с.
4. Лень В. С. *Обліково-аналітична система підприємства: обґрунтування визначення, модель. Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2016. № 1. С. 281–290.
5. Мних Є. В. *Економічний аналіз: підручник*. Київ: Знання. 2011. 630 с.
6. Пуцентайло П. Р. *Аналітичне забезпечення діяльності підприємства. Сталій розвиток економіки*. № 1. 2015. С. 168–174.
7. Швець В. Є. *Розвиток обліково-аналітичних систем суб'єктів господарювання в Україні: Монографія*. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2010. 448 с.

## **ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ ОБЛІКУ ЗМІНИ ВАРТОСТІ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах сьогодення бухгалтерський облік у більшості випадків акумулює на підприємстві не достовірну інформацію про стан майна за відповідний період, що, власне, і призводить до викривлення інформації як для управлінського персоналу, так і для зовнішніх користувачів. Важливим моментом проведення оцінки активів є раціональна організація обліку результатів такої оцінки. Процес організації бухгалтерського обліку супроводжується розробкою відповідної облікової політики.

В обліковій політиці підприємства повинні бути передбачені такі елементи: 1) оптимальні методи оцінки вартості активів з урахуванням завдань оцінки вартості підприємства; 2) порядок застосування методів оцінки в процесах коригування вартості активів; 3) вибір оцінюючих показників, які найбільш повно відображають сутність вартості як економічної категорії з урахуванням інтегрованого підходу; 4) перелік та розрізи аналітичної інформації, необхідної для проведення процесу оцінки; 5) порядок узагальнення і документальне забезпечення оформлення результатів проведеної оцінки.

Для ефективного формування облікової політики в частині оцінки показників вартості активів повинні враховуватися основні її елементи в розрізі організаційної, методичної і технічної складової. Організаційна складова передбачає визначення відповідальних осіб за здійснення оцінки активів, періодичності оцінки активів і розробку правового, технічного та методичного забезпечення процесу оцінки. Методична складова відображає встановлення критеріїв вибору та переліку методів оцінки активів, порядок реалізації підходів до оцінки активів, порядок відображення на рахунках бухгалтерського обліку та у звітності результатів оцінки показників вартості. Технічна складова передбачає розробку форм внутрішньої звітності щодо результатів оцінки вартості активів, порядок складання і строки її подання, інформаційне та програмне забезпечення здійснення оцінки вартості підприємства.

Вирішуючи питання організації ведення обліку на підприємстві, слід визначитися з набором первинних документів і облікових реєстрів, де і відобразатиметься коригування вартості об'єктів майна.

Первинні документи, що відображають факти зміни показників вартості, виконують роль доказового джерела для підтвердження обґрунтованості здійснених коригувань і забезпечують відповідний інформаційний базис для виконання контрольних процедур в частині операцій з формування та зміни вартості майна підприємства. Організація документообороту – одне з найважливіших завдань системи управління підприємства. Для відображення змін у вартості активів підприємства можна використовувати Коригувальну відомість вартості активів. Вказана форма містить інформацію щодо проведених коригувань вартості активів за звітний період і в подальшому є основою для підготовки управлінської звітності щодо оцінки майна.

### **Коригувальна відомість вартості активів від \_\_\_\_\_ року**

№	Назва ОЗ	Первісна вартість	Знос	Залишкова вартість	Справедлива вартість	Індекс переоцінки	Первісна вартість після переоцінки	Переоцінений знос	Залишкова вартість після переоцінки
1									
2									
3									

<sup>1</sup> Науковий керівник: Професор Куцик П. О.



Для максимального доведення визначення вартості активів до їх справедливості повинні здійснюватися коригування за кожною із статей із застосуванням коригуючого коефіцієнту. Коригуючий коефіцієнт дозволяє визначити справедливу чи ринкову вартість активів підприємства, які можуть змінюватися але повинні забезпечувати виконання зобов'язань суб'єкта господарювання

Як напрям удосконалення системи управління інформацією про активи підприємства П. О. Куцик пропонує оптимізувати діючу систему документообігу і провести регламентацію системи інформаційних потоків управлінського обліку (рис. 1).

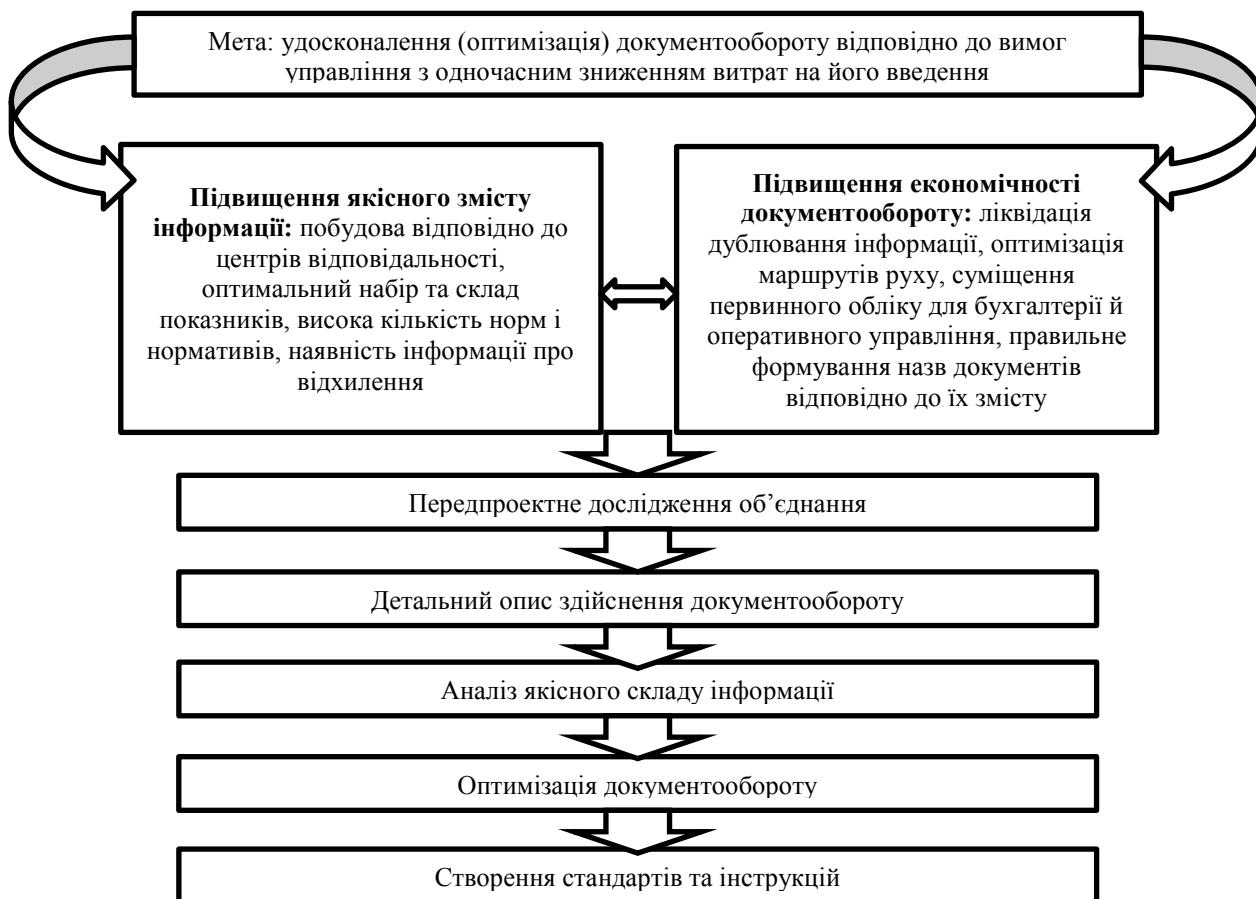


Рис. 1. Загальна процедура оптимізації документообороту для підприємств (сформовано на основі джерела 1)

Впровадження запропонованого документообороту призведе не тільки до економії матеріальних і трудових ресурсів, а отже, до економічної ефективності, але також і до соціальної ефективності, яка відображає вдосконалення форм і методів управління, упорядкування організаційної структури управління, поліпшення умов праці, зниження трудомісткості, підвищення продуктивності праці в сфері управління, раціональної організації документообігу, оперативність обробки та отримання інформації [1].

Раціональна організація обліку формування та змін вартості активів підприємства набула особливого значення в умовах сьогодення. Раціональна організація обліку активів повинна передбачати дотримання принципів введення обліку, формування елементів облікової політики в контексті вартості активів та наявність ефективного документообігу, який зменшить навантаження на управлінський персонал, шляхом відміни дублювання інформації, і тим самим стане більш інформаційним для потреб управління.

#### Список використаних джерел

1. Куцик П. О. Оптимізація документообороту в обліково-контрольному контурі управління. Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. 2014. Вип. 44. С. 11–20.

**Черкасова С. В.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

**ПРО НЕОБХІДНІСТЬ НАРОЩУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО  
ПОТЕНЦІАЛУ СТРАХОВОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ**

Досвід розвинених європейських країн засвідчує вагому роль страхового сектора у формуванні фінансового забезпечення розвитку національних економік. Постійність та обов'язковість процесів інвестування в діяльності страхових компаній за наявності ефективно функціонуючого фінансового ринку перетворює ці інститути на вагомих інституційних інвесторів національного господарства.

Вагомість значення страхових компаній в розвитку інвестиційної сфери економіки зумовлена постійним характером процесу інвестування в їх господарській діяльності. Інвестиційні операції здійснюються страховиками на постійній основі для формування, раціонального розміщення та приросту страхових резервів, які розглядаються як важливе джерело виплат страхового відшкодування. Процеси накопичення активів і страхових резервів реалізуються страховими компаніями за рахунок розвитку своєї діяльності та ефективного інвестування залучених страхових премій [1].

Сукупність інвестиційних потенціалів діючих страхових компаній формує інвестиційний потенціал страхового сектора країни. Найбільш вагомими показниками для його оцінки є абсолютний, що визначається вартістю активів, сформованих в процесі інвестування, і відносний, що являє собою співвідношення цих активів до ВВП країни.

На кінець 2018 р. загальна сума активів вітчизняних страхових компаній становила 63,5 млрд. грн [2]. В складі загальних активів страхових компаній в 2018 р. 40,7 млрд. грн., або 64% склали активи, що визначені статтею 31 Закону України “Про страхування”.

Найбільша величина інвестиційного потенціалу страхового сектора країни була досягнута на кінець 2012 р., становивши 48,8 млрд. грн. [2]. За 2011-2018 рр. загальні активи українських страхових компаній зросли на 40,4 %, а їх інвестиційні активи – на 46,8 % [2]. Цей поступ міг бути більш вагомим, адже значна частина інвестиційного потенціалу страхового сектора країни була втрачена внаслідок окупації частини території країни.

На початку 2000-х років страхові компанії володіли найбільшим інвестиційним потенціалом в небанківському фінансовому секторі України. Так, у 2005 р. співвідношення інвестиційних активів страховиків до ВВП країни становило 2,8 %, у 2015 р. – знизилось до 1,8 %, а за підсумками 2018 р. досягло лише 1,3 % [2; 3]. Незважаючи на процеси розвитку страхової галузі, зростання надходжень страхових платежів, нагромадження інвестиційного потенціалу страхового сектора відбувається дуже повільно і потребує суттєвої активізації.

Необхідними передумовами нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектора країни є зростання обсягів страхової діяльності за її усіма видами, розширення складу та впровадження нових страхових послуг, передусім довгострокових, формування достатнього обсягу страхових резервів, раціонального їх розміщення в ефективних інвестиційних активах та ефективного управління сформованими інвестиційними портфелями.

Враховуючи більш вагомий вплив показників діяльності компаній зі страхування життя на процеси нагромадження інвестиційних ресурсів, можна стверджувати, що саме розвиток цього сегменту страхового ринку здатен суттєво нагромадити його сукупний інвестиційний потенціал і посилити роль в процесах фінансового забезпечення економічного зростання.

Проте на сьогодні послуги з убезпечення життя залишаються недостатньо поширеними серед громадян України. З анексією частини території країни та початком воєнних дій на Сході країни галузь страхування життя зазнала втрат як за обсягами залучених премій, так і за

кількістю застрахованих осіб. І лише з 2016 р. почалося поступове відновлення довіри з боку громадян країни до забезпечення життя, як до виду свого страхового захисту.

Суттєвим гальмівним чинником в зростанні інвестиційного потенціалу страхового сектору України є сформована структура видів страхового захисту, переважаюча частка в якій належить ризиковим видам страхування. На кінець 2018 р. частка залучених премій з ризикових видів страхування в країні складала 92,1 %, відповідно на доходи з забезпечення життя припадало лише 7,9 % [2].

Важливим чинником, що обмежує інвестиційні ресурси страхових компаній є обсяг переданих на перестраховання валових премій, особливо у випадку їх передачі нерезидентам. Впродовж 2011-2018 рр. рівень переданих на перестраховання валових премій був достатньо високим, коливаючись в межах від 11,7 % в 2012 р. до 42,2 % в 2017 р. В 2018 р. третина загального обсягу залучених валових страхових премій була передана компаніям-перестраховикам, 83,3 % з яких одержали резиденти і 16,7 % – нерезиденти [2].

Негативні наслідки світової фінансової кризи, соціально-політична та економічна нестабільність в Україні привели до погіршення умов здійснення інвестування страховими компаніями та породили нові види ризиків в їх діяльності. Склад таких ризиків суттєво розширився за рахунок ризиків зовнішнього середовища, зокрема системної кризи в банківській системі та на фондовому ринку. Частина ризиків привнесена глобалізацією та інтернаціоналізацією світового фінансового простору. Нові ризики викликані помилками в державному регулюванні інвестиційної діяльності страхових компаній.

Ефективність інвестиційної діяльності вітчизняних страхових компаній може бути суттєво підвищена як за рахунок розробки більш гнучких інвестиційних стратегій, так і шляхом передачі інвестиційних активів професійним управляючим, в ролі яких на українському ринку виступають компанії з управління активами.

Подальше нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектора України стане можливим за умови розвитку страхової діяльності за її всіма видами. Однак, прискорювачем цих процесів повинен стати більш активний розвиток галузі страхування життя, як постачальника довгих інвестиційних ресурсів. Розвиток цієї галузі в країні останніми роками забезпечувався за рахунок страхових платежів громадян. Проте різке зниження доходів населення країни в умовах кризових явищ в економіці не дозволяє сподіватись на значне зростання сум страхових премій за рахунок цього джерела.

Потребують суттєвого вдосконалення й інвестиційні стратегії страхових компаній. Враховуючи продовження системної кризи у вітчизняній банківській системі доцільно здійснювати розміщення інвестиційних ресурсів страхових компаній в декількох банках, в різних валютах, на різні терміни, здійснюючи їх розпорощення між державними та приватними установами та за критерієм надійності (рейтингової оцінки) банків.

За наявності обмеженості складу ефективних інвестиційних інструментів на вітчизняному фондовому ринку доцільно забезпечувати інвестування в інструменти ринку державних облігацій з різними термінами погашення, а також в ринкові цінні папери суб'єктів господарювання відповідно до інтегрального показника оцінки їх надійності.

Для обмеження дії чинників, що гальмують нарощування інвестиційного потенціалу страхового сектору України, необхідно є розробка та реалізація заходів інституційного, економічного та організаційно-правового характеру, що будуть сприяти більш активному розвитку в країні накопичувальних видів страхового захисту, залученню громадян і роботодавців до механізмів забезпечення життя, впровадженню на загальнодержавному рівні пенсійного і медичного страхування. Важливими є й заходи для розширення інвестиційних можливостей страховиків щодо вибору об'єктів вкладень, зокрема й за кордоном.

#### **Список використаних джерел**

1. Черкасова С. В. Роль небанківських фінансових інститутів в інвестиційних процесах. Збірник наукових праць Національного Університету державної податкової служби України: електронне наукове фахове видання. 2010. № 1. С. 293–300. URL: [http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/Znpnudps/2010\\_1/zmist.html](http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/Znpnudps/2010_1/zmist.html).
2. Аналітичні матеріали Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг. URL: <http://www.nfp.gov.ua>.
3. Статистична інформація Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## **СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ В БАНКАХ УКРАЇНИ**

Дослідження впливу бізнес-моделі функціонування банків України на рівень їх фінансової надійності та антикризової стійкості залишається актуальним в науковому та прикладному аспектах. Розподіл банків за категоріями з урахуванням їх розміру в банківській системі, структури та складності операцій та загальної оцінки здійснюється на основі методології SREP за такими елементами: аналіз та оцінка бізнес-моделі; оцінка корпоративного управління та системи внутрішнього контролю; оцінка ризиків капіталу (кредитного, ринкового, процентного, операційного); оцінка ризиків ліквідності та фінансування. Визначені бізнес моделі функціонування банків (універсальні, роздрібні, корпоративні, корпоративна з роздрібним фінансуванням, обмежене кредитне посередництво) в значній мірі залежать від напряму операційної діяльності, обсягу кредитування юридичних та фізичних осіб, превентивних й реактивних інструментів антикризового управління.

Неефективні бізнес-моделі банків є не лише причинами виникнення криз, але й проблемності та нежиттєздатності установ. Неокризовий період функціонування банків дозволив узагальнити найбільш пріоритетні причини криз та нежиттєздатності бізнес-моделей банків:

- залежність від джерел фінансування та акціонерів;
- значна концентрація проблемних кредитів та надмірна величина кредитного ризику;
- диспропорції у структурі доходів і витрат, що зумовлює збитковість та коригування поточних та стратегічних планів;
- розширення інвестиційної діяльності та вкладень у цінні папери, яке зумовлює не лише диверсифікацію активів, але й збільшення ризиків.

На нашу думку, в процесі формування стратегій антикризового управління банком необхідно враховувати такі критеріальні ознаки, як: 1) рівень ієрархічного управління; 2) методи ідентифікації та способи реагування на кризові явища і загрози; 3) життєвий цикл розвитку банку та глибина кризи; 4) джерела фінансування антикризових заходів; 5) функціональна спрямованість; 6) природа прийняття й реалізації управлінських рішень; 7) характер впливу на джерела виникнення кризових явищ.

За твердженням відомих учених банки мають три ієрархічних рівні процесу стратегічного управління: рівень банку в цілому, рівень підрозділів (реалізація основних стратегій), функціонально-операційний рівень, а тому відповідно ієрархічного рівня виділяють 3 типи стратегій – корпоративна, ділова, функціональна [1, с. 91]. З огляду на це, і антикризова стратегія управління фінансовою діяльністю банків повинна формуватись і реалізовуватись на визначених 3 ієрархічних рівнях управління.

Пропонуємо підхід до класифікації, який на відміну від існуючих, систематизує види стратегій за виокремленими критеріальними ознаками. Вважаємо доцільним виділити стратегії, які систематизуються залежно від характеру прийняття та реалізації управлінських рішень.

За даним критерієм виокремлено такі стратегії антикризового управління діяльністю банків:

- стратегія зростання в рамках якої антикризові управлінські рішення мають попереджувальний характер і реалізуються до початку прояву кризових явищ і загроз;
- стратегія підйому для якої характерні перші прояви і ознаки кризових явищ, які носять локальний характер і не мають суттєвого впливу на фінансову діяльність банку;
- стратегія розгортання – ідентифікує явні симптоми кризових явищ, які спричинять фінансові наслідки і матимуть вплив на фінансові результати банківської діяльності;
- стратегія співпадіння – характерна для банківських установ, в яких антикризові управлінські рішення приймаються і реалізуються в період протікання кризи і які

відповідають загальним концептуальним засадам антикризового управління в банківському секторі економіки;

– стратегія наслідування – відзначається управлінськими процесами, які відображають перехідний період до посткризового стану в управлінні фінансовою діяльністю, який має квазістабільний характер.

За джерелами виникнення кризових явищ і характером впливу на них виокремлено низку антикризових стратегій управління діяльністю банків, зокрема:

– стратегія підвищення ліквідності активів, яка відображає загальний підхід до антикризового управління ліквідністю банку, наявний ризик незбалансованої ліквідності та стратегічні пріоритети у трансформації активів й запозиченні ліквідних коштів;

– антикризова стратегія оптимізації структури капіталу акцентує на рівні власного капіталу, внутрішніх й зовнішніх методах антикризового управління капіталом, структурі корпоративних прав, оцінці вартості банківського бізнесу в рамках дохідного, витратного й порівняльного підходів, оцінці кредитного, операційного, ринкового ризиків, що характерні для управління капіталом;

– антикризова стратегія обліку і контролю витрат відображає управлінські рішення у сфері оптимізації витрат та антикризові заходи щодо їх скорочення в розрізі процентних, комісійних, загальноадміністративних, інших операційних витрат та ін.;

– антикризова стратегія оптимізації прибутку базується на комерційних засадах ведення банківського бізнесу і може носити інерційний та характер “прориву” й максимізувати прибуток при значному рівні ризику або оптимізувати величину прибутку при допустимих значеннях ризиковості. Така стратегія може носити характер відновлення прибутковості і виходу із від’ємних значень прибутку і акцентувати на найбільш дохідних напрямках банківської діяльності при скороченні чи ліквідації неприбуткових одиниць банківського бізнесу.

Забезпечення антикризової стратегії фінансовими ресурсами передбачає їх мобілізацію за рахунок внутрішніх й зовнішніх джерел, в результаті чого залежно від глибини кризи й характеру антикризових заходів виокремлюють стратегію антикризового управління, яка базується на внутрішніх фінансових ресурсах та стратегію зовнішніх джерел фінансування. Внутрішніми фінансовими ресурсами традиційно виступають чистий прибуток і капіталізовані дивіденди, які спрямовуються на впровадження заходів антикризового управління. Зовнішніми фінансовими ресурсами вважаємо залучення субординованого боргу, додаткову емісію акцій, санацію, націоналізацію, залучення додаткових вітчизняних та іноземних інвесторів в процеси купівлі-продажу банківського бізнесу.

В банках України відбувається поєднання обох стратегій і частина фінансових ресурсів на антикризові заходи покривається за рахунок внутрішніх джерел, а інша частина пов’язана, насамперед, з питаннями зростання капіталізації банку за рахунок зовнішніх джерел фінансування.

Антикризова стратегія має бути спрямованою на вихід з кризи, подолання проблем і відповідати меті, цілям та завданням, відображати найбільш важливі концептуальні напрями реалізації, якими можуть бути наступні:

- 1) мінімізація впливу зовнішніх деструктивів на діяльність банків;
- 2) реагування на виклики й загрози банківській безпеці та новітні інформаційні загрози;
- 3) запобігання внутрішнім кризовим явищам та зростання ризиків діяльності банків у фінансовій сфері;
- 4) забезпечення напрямів виходу з кризи залежно від її типу та глибини:
  - відновлення фінансового стану банку, його конкурентоспроможності;
  - реорганізація банку з позицій мінімізації витрат або його ліквідація.

#### **Список використаних джерел**

1. Козьменко С. М., Шпиг Ф. І., Волошко І. В. Стратегічний менеджмент банку. Суми: Університетська книга, 2010. 752 с.

**Васильців Т. Г.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет,

**Зайченко В. В.**

к.н.держ.упр., доцент

Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький

## **СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Інноваційна діяльність, її масштаби, тенденції, структурні характеристики та ефективність слугують базовими передумовами для формування технологічної конкурентоспроможності національної економіки, адже разом із придбанням, іншими формами і способами залучення сучасних передових знань і ноу-хау визначають середовище пропозиції прогресивних технологій, впровадження і використання яких забезпечує зміцнення технологічної конкурентоспроможності окремих підприємств, галузей та видів економічної діяльності, економіки країни в цілому.

Натомість, інноваційно-технологічна діяльність в Україні на нинішньому етапі соціально-економічного поступу держави перебуває на низькому рівні, а низка головних індикаторів інноваційно-технологічного розвитку має спадну динаміку, що негативно позначається на становленні і реалізації потенціалу технологічної конкурентоспроможності національного господарства. Такий висновок підтверджується:

– в статистиці – малою часткою промислових підприємств, які займаються інноваційною діяльністю (16,2 %), які впроваджують інновації (14,3 %), та які реалізують інноваційну продукцію (9,6 %), низькою часткою інноваційної продукції в загальних обсягах реалізованої промислової продукції (0,7 %) та в загальних обсягах експорту промислової продукції (3,8 %), обмеженими обсягами фінансування інноваційної діяльності (0,3 % до ВВП), наявністю виражених структурних недоліків у фінансуванні та витратах на інноваційну діяльність, джерелах залучення (придбання, передачі) нових технологій, напрямках розвитку інноваційно-технологічної діяльності; гіршими показниками інноваційно-технологічної діяльності у секторі малого бізнесу;

– в динаміці – зменшенням кількості промислових підприємств, які займалися інноваційною діяльністю (у 2,2 рази за 2005-2018 рр.), та підприємств, що реалізували інноваційну продукцію (у 2,3 рази), скороченням обсягів реалізованої інноваційної продукції (на 29,2 %) та частки інноваційної продукції в загальному обсязі реалізованої промислової продукції (на 5,8 в. п.), зменшенням кількості підприємств, що реалізували інноваційну продукцію за межі України (у 2,2 рази), та обсягів такої продукції (у 2,3 рази).

Підсумком цих тенденцій стали низькі позиції (та їх погіршення) економіки України у рейтингах провідних міжнародних організацій за індексами конкурентоспроможності, зокрема інноваційно-технологічної, – Глобальної конкурентоспроможності, Всесвітнього індексу конкурентоспроможності, Цифрової конкурентоспроможності, Глобального інноваційного індексу, Міжнародного індексу захисту прав власності, ін.

Реалізація державної політики у сфері забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України має бути процесом чітко спланованим та керованим, що зобов'язує визначення її мети та стратегічних пріоритетів, виходячи з яких будуть формуватися всі інші складові елементи планування. При цьому потрібно розуміти, що політика в аналізованій сфері формується в умовах сучасних викликів глобальної конкуренції, принциповими особливостями, яких є вплив глобальних криз та фінансово-економічної нестабільності; нарощення зовнішньої експансії завдяки процесам глобалізації, розвитку інформаційної економіки; тиск боргових зобов'язань країни; зростання імпортозалежності; висока зовнішня трудова міграційна активність; дестабілізація економічного розвитку через військовий конфлікт та гібридні атаки; критичні диспропорції регіонального розвитку.

Виходячи з цих постулатів, визначено стратегічну мету державної політики забезпечення технологічної модернізації економіки України як зміцнення зовнішньої та внутрішньої технологічної конкурентоспроможності економіки засобами розвитку внутрішньої конкуренції та зміцнення конкурентоспроможності виробництва на засадах передових технологічних інновацій та інформаційних технологій, системної підтримки елементів інноваційної інфраструктури, формування та реалізації інтелектуально-кадрового потенціалу технологічного розвитку економіки.

На реалізацію цієї мети спрямовані наступні стратегічні пріоритети державної політики: активізація технологічного розвитку економіки, зростання загального рівня інноваційної активності, формування конкурентного ринку інтелектуальної власності, розвиток інфраструктури підтримки технологічних інновацій, покращення ресурсної забезпеченості інноваційної діяльності, покращення параметрів конкуренції та ведення бізнесу.

Реалізація державної політики в такій складній сфері, як технологічна конкурентоспроможність економіки, об'єктивно потребує створення для цього відповідного середовища. Його основоположним фундаментом слугує інституціональне забезпечення, при формуванні якого потрібно дотримуватися принципів системності та комплексності, технологічної процесності державної підтримки, відкритості, свободи наукової та технічної творчості, адресності підтримки та справедливої конкуренції, раціонального балансу, концентрації ресурсів.

У відповідності до цих принципів зроблено висновок, що при формуванні інституціонального забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України слід розвивати інститути (формальні та неформальні правила) та інституції (організаційні та інфраструктурні). Цьому сприятиме реалізація таких завдань державної політики, як удосконалення базових законів з інноваційної та науково-технологічної діяльності; формування законодавства з розвитку інфраструктури науково-технологічної діяльності, інтегрованих систем, реалізації спільних проектів; покращення системи стратегування та програмування розвитку науково-технологічної діяльності; усунення адміністративних перешкод впровадження передових технологій; формування позитивного суспільного ставлення до інновацій та технологій; покращення системи організації та управління розвитком науково-технологічної діяльності; запровадження інструментів моніторингу, контролю, прогнозування результатів політики технологічно розвитку; створення фондів фінансово-ресурсної підтримки науково-технологічної діяльності; формування та ефективного використання кадрового потенціалу науково-технологічної діяльності; розвиток внутрішньої та зовнішньої інформаційно-комунікаційної системи.

#### **Список використаних джерел**

1. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Рудковський О. В. Роль сектору інформаційно-комунікаційних технологій у формуванні та реалізації потенціалу SMART-спеціалізації на регіональному рівні. *Держава та регіони*. 2019. № 5 (110). С. 162–168.
2. Лупак Р. Л. Напрями реалізації потенціалу сектору інформаційно-комунікаційних технологій в контексті забезпечення якісних характеристик функціонування внутрішнього ринку та розвитку інформаційного суспільства в Україні. *Галицький економічний вісник*. 2019. Том 60. № 5. С. 79–94.
3. Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Штець Т. Ф. Обґрунтування стратегічних напрямів, цілей та заходів державної політики реалізації потенціалу ІТ-сектору економіки України. *Підприємство і торгівля* : зб. наук. пр. Львів. 2018. Вип. 23. С. 56–63.

**Вовчак О. Д.**  
д.е.н., професор,  
**Єндоренко Л. О.**  
аспірант

Інститут банківських технологій та бізнесу  
ДВНЗ “Університет банківської справи”

## **УПРАВЛІННЯ КОМПЛАЄНС-РИЗИКАМИ В БАНКАХ**

Враховуючи останні тенденції, які спостерігаються в банківському секторі, управління комплаєнс-ризиками набуває все більшого значення. Банки систематично створюють нові продукти, підлаштовують під них програмне забезпечення, удосконалюють внутрішні документи, спираючись на норми законів. Однак, не всі банки враховують комплекс необхідних заходів, у результаті чого виникають ризики юридичних санкцій, що, в свою чергу, породжують збитки, втрату/послаблення репутації тощо. Тому важливим елементом продуктивної роботи банку є ефективна побудова комплаєнс-системи, що включає в себе управління комплаєнс-ризиками.

Комплаєнс – це система керування ризиками. Зазвичай комплаєнс спрямований на попередження, що суперечать закону та діям співробітників банку.

Головною метою впровадження системи управління комплаєнс-ризиками є мінімізація, а за можливості – уникнення комплаєнс-ризиків. Що ж до сутності комплаєнс-ризиків – це імовірність виникнення збитків/санкцій, додаткових втрат або недоотримання запланованих доходів або втрати репутації внаслідок невиконання банком вимог законодавства, нормативно-правових актів, ринкових стандартів, правил добросовісної конкуренції, правил корпоративної етики, виникнення конфлікту інтересів, а також внутрішньобанківських документів банку [1].

Управління комплаєнс-ризиками повинно здійснюватися в кожному банку з урахуванням власних потреб та особливостей, оскільки стандартного підходу до такого управління не існує. Також ефективна система управління комплаєнс-ризиками має базуватися на міжнародних стандартах, рекомендаціях Базельського комітету з банківського нагляду, вимогах українського регулятора і кращих світових практиках.

Так, в економічній теорії існує декілька підходів до побудови системи управління комплаєнс-ризиками. Перший підхід – сегментарний, при якому виділяються кілька найбільш високоризикованих сфер і напрямів діяльності організації, проводиться їх глибокий аналіз з присвоєнням рівня комплаєнс-ризиків і отриманням бальної оцінки. Даний підхід дозволяє досить детально опрацювати окремі аспекти діяльності організації, оцінити рівень ризику і скласти програму з мінімізації виявлених комплаєнс-ризиків.

Другий підхід полягає в проведенні суцільного аналізу комплаєнс-ризиків за кожним видом продукту/послуги і в розрізі кожного підрозділу банку. Слід зауважити, що ні перший, ні другий підходи не є ідеальними, так як обидва мають недоліки і певні обмеження.

Одним із ключових напрямів організації комплаєнс у банківській діяльності є відповідність його бізнес процесів ринковим стандартам. Наявність цього виду контролю суттєво впливає на якість корпоративного управління та імідж установи.

Для запобігання та управління комплаєнс-ризиками банк створює постійно діючий підрозділ контролю за відповідними ризиками, зокрема, за можливими спробами відмивання коштів та фінансування тероризму, та забезпечує незалежність цього підрозділу. Для забезпечення належної організації відповідний підрозділ може здійснювати такі функції:

- розроблення, надання рекомендацій та контроль за дотриманням норм законодавства, в тому числі і внутрішньобанківських документів, політик, стандартів;
- вироблення і складання системи звітності щодо комплаєнс-ризиків та розкриття інформації менеджменту банку щодо комплаєнс;
- контроль взаємодії банку з клієнтами та контрагентами, з метою запобігання участі



та/або використання банку в незаконних операціях;

– проведення навчань та перевірки знань співробітників банку щодо дотримання норм законодавства, культури управління ризиками;

– надання висновків та рекомендацій для менеджменту щодо зниження та усунення виявлених ризиків;

– розроблення та здійснення заходів контролю за використанням інсайдерської та конфіденційної інформації;

– розроблення та здійснення заходів для виявлення, оцінки та контролю конфліктів інтересів;

– організація процесу оброблення скарг та повідомлень щодо шахрайства та корупційних дій з боку персоналу банку та третіх осіб, участь в запобіганні порушень і проведенні розслідувань;

– здійснення моніторингу відповідності банку установленим комплаєнс правилам;

– взаємодія та координація роботи з управлінням комплаєнс ризиками з структурними підрозділами банку тощо.

Розробка ефективної системи комплаєнс контролю в системі корпоративного управління в банку базується саме на ідентифікації комплаєнс-ризиків, правильне розуміння яких визначає подальший результат реалізації такої програми в дії.

Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах ґрунтуються на принципах Базельського комітету з банківського нагляду та враховує найкращу міжнародну практику.

Положення визначає вимоги, спрямовані на забезпечення належного управління ризиками із застосуванням моделі трьох ліній захисту:

- перша лінія – на рівні бізнес-підрозділів банку та підрозділів підтримки діяльності банку. Ці підрозділи приймають ризики та несуть відповідальність за них і подають звіти щодо поточного управління такими ризиками;

- друга лінія – на рівні підрозділу з управління ризиками та підрозділу контролю за дотриманням норм (комплаєнс);

- третя лінія – на рівні підрозділу внутрішнього аудиту щодо перевірки та оцінки ефективності функціонування системи управління ризиками [1].

Таким чином, ефективна система управлінням комплаєнс-ризиком має забезпечувати:

1. Об'єктивну та своєчасну оцінку розміру комплаєнс-ризиків.

2. Достатність та повноту процедур та заходів щодо управлінням комплаєнс-ризиками з оптимальним використанням фінансових ресурсів, персоналу та інформаційних систем.

На практиці підрозділ комплаєнсу з метою виявлення та вимірювання комплаєнс-ризиків використовує інформацію з таких джерел:

– від співробітників банку;

– автоматизованого програмного забезпечення, яке використовує банк;

– зі скарг клієнтів;

– з особистого звернення працівників чи третіх осіб до підрозділу з контролю за дотриманням норм;

– зі звітів підрозділу внутрішнього аудиту та перевірок зовнішніх аудиторів;

– від регуляторних та контролюючих органів (про результати інспекційних перевірок, накладені штрафи, встановлені порушення законодавства України);

– з інших джерел інформації, отриманих у процесі діяльності.

Важливим елементом в управлінні комплаєнс-ризиком є проведення оцінки чинників, що впливають на його рівень. Існують кілька основних чинників і умов для оцінки комплаєнс-ризиків:

1) обсяг і істотність порушення або невідповідності. Істотність визначається за допомогою проведення сумарного аналізу природи порушення, частоти порушень і суми проведеної операції / штрафу. Даний аналіз буде більш повноцінний і об'єктивний, якщо проводити його з використанням як поточних, так історичних даних / подій;

2) наявність затверджених політик і процедур внутрішнього контролю, чи були дані процедури затверджені радою директорів (наглядовою радою) або відповідним профільним комітетом;

3) способи і ефективність доведення до відома керівництва та персоналу організації затверджених політик і процедур з управління комплаєнс-ризиком;

4) надання підрозділами своєчасної та повної інформації про події, що несуть комплаєнс-ризик, тобто наявність ефективного інформаційного обміну.

Процес управління комплаєнс-ризиком є циклічною системою, що складається з декількох ключових стадій. До основних стадій управління комплаєнс-ризиком можна віднести:

- 1) ідентифікацію;
- 2) оцінку;
- 3) контроль;
- 4) подальший моніторинг комплаєнс-ризиків.

На етапі ідентифікації комплаєнс-ризиків слід визначити найбільш важливі і доступні джерела отримання інформації. Ідентифікація повинна відбуватися як мінімум на двох рівнях: портфельному та транзакційному.

До числа найбільш пріоритетних напрямів для ідентифікації комплаєнс-ризиків відносяться: банківські процеси; результати експертних оцінок співробітниками комплаєнсу; результати аудиторських перевірок; акти перевірки наглядовими органами, рішення судів, претензії клієнтів, правові основи і розсилки, публікації в пресі, в Інтернеті тощо. Для проведення ідентифікації необхідно здійснювати регулярний збір, аналіз і документування всієї отриманої інформації з наданням висновків про чинники виникнення ризику, варіантами його впливу і потенційних наслідків для організації. Ідентифікація, проведена належним чином, повинна бути сфокусована на виявленні і розумінні існуючих і прогнозуванні потенційних комплаєнс-ризиків [2].

Таким чином, відсутність системного підходу в частині комплаєнсу може нанести великі фінансові втрати бізнесу, ніж планові витрати на саму систему комплаєнсу. Як приклад, можна навести затримку запуску нового продукту або припинення його продажів через неготовність програмного забезпечення підтримувати нові необхідні вимоги щодо даного продукту в момент вступу в силу відповідного нормативного документу. Вимушена затримка може обернутися втратою часу, пов'язаного з втратою актуальності з огляду на насичення ринку аналогічними продуктами, пропонуваними конкурентами.

Комплаєнс-система вимагає значних витрат. Однак несистемні підходи в частині комплаєнсу можуть нанести великі фінансові втрати бізнесу.

При цьому найбільш ефективним з управлінської точки зору буде такий підхід до комплаєнс-менеджменту, в умовах якого ціна контролю не буде перевищувати втрати від його відсутності.

Запровадження та успішна реалізація ефективних механізмів запобігання та протидії легалізації коштів незаконного походження в умовах активізації розвитку економіки сприятиме підвищенню іміджу та конкурентоспроможності вітчизняної банківської системи на міжнародній арені та посиленню інтеграції України до світового фінансового сектора.

Отже, система комплаєнс потребує розвитку і має бути адаптована до вимог сучасної міжнародної практики. Для вдалого та ефективного управління комплаєнс-ризиками банкам необхідно застосовувати зарубіжний досвід, зокрема, для розробки власної комплаєнс-політики.

#### **Список використаних джерел**

1. Постанова Правління НБУ Про затвердження Положення про організацію системи управління ризиками в банках України та банківських групах. Положення від 11.06.2018 № 64; зі змінами і доповненнями. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/TM060037>.

2. Внукова Н. М. Фахове забезпечення розвитку системи фінансового моніторингу за новими міжнародними стандартами. Сучасні проблеми фінансового моніторингу: збірник матеріалів V Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Харків, 8-9 грудня 2016 р.). Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, ТО Ексклюзив, 2016. С. 7–12.

## **ДО ПИТАННЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ**

Механізм державного та регіонального управління державним регулюванням соціальної сфери є цілісною системою послідовних етапів, взаємопов'язаних і взаємодіючих структурних елементів, що визначає порядок, особливості, методи та інструменти цілеспрямованого впливу органів державної влади та місцевого самоврядування (суб'єктів управління) на соціально-економічні процеси на державному та регіональному рівнях (об'єкти управління) з метою перешкоджання виникненню, послабленню або подоланню загроз соціальній сфері. Варто розрізняти механізм формування державного регулювання соціальної сфери, який передбачає виявлення сукупності структурних елементів системи, визначення їхнього місця в системах національної безпеки, державного та регіонального управління, створення теоретичних основ державного регулювання соціальної сфери; оцінку стану та можливостей державного та регіонального управління щодо забезпечення державного регулювання соціальної сфери, що, по суті, відповідає змісту системи, а механізм забезпечення окреслює процес формування комплексу організаційно-управлінських заходів щодо створення умов реалізації основних положень Стратегії державного регулювання соціальної сфери [3].

У "Економічній енциклопедії" під механізмом розуміють систему певних ланок та елементів, що приводить їх у дію [2, с. 355]. Отож, він є сукупністю методів ресурсного забезпечення, взаємопов'язаних важелів, інструментів та заходів, що застосовуються певними інституціями, ґрунтуючись на чітких принципах досягнення державного регулювання соціального страхування (рис. 1).

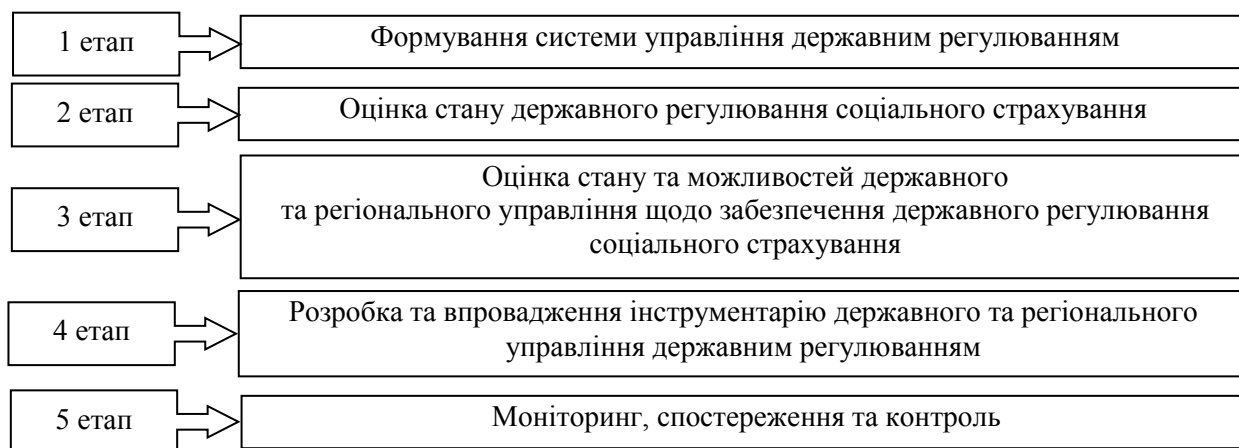


Рис. 1. Етапи управління державним регулюванням соціальної сфери (систематизовано за [3])

Механізм забезпечення державного регулювання соціального страхування ґрунтується на чітких принципах:

- пріоритету прав і свобод людини і громадянина;
- верховенства права;
- пріоритету договірних (мирних) засобів у вирішенні конфліктів;
- своєчасності й адекватності заходів захисту національних інтересів реальним і потенційним загрозам;

- чіткого розмежування повноважень та взаємодії органів державної влади у забезпеченні національної безпеки;
- демократичного цивільного контролю;
- вибору засобів і шляхів забезпечення національної безпеки, адекватних характеру і масштабам загроз національним інтересам;
- професіоналізму, відкритості та прозорості у процесі формування і реалізації державної політики;
- використання в інтересах України міждержавних систем та механізмів міжнародної колективної безпеки [1].

Серед ключових пріоритетів соціальних інтересів України законодавчо закріплені наступні:

- гарантування конституційних прав і свобод людини і громадянина;
- розвиток громадянського суспільства, його демократичних інститутів;
- зміцнення соціальної стабільності в суспільстві;
- створення конкурентоспроможної, соціально орієнтованої ринкової економіки та забезпечення постійного зростання рівня життя і добробуту населення;
- забезпечення екологічно та техногенно безпечних умов життєдіяльності громадян і суспільства;
- розвиток духовності, моральних засад, інтелектуального потенціалу українського народу, зміцнення фізичного здоров'я нації, створення умов для розширеного відтворення населення;
- створення умов для подолання бідності і надмірного майнового розшарування в суспільстві;
- збереження та зміцнення демографічного і трудових ресурсного потенціалу країни, подолання кризових демографічних процесів;
- створення ефективної системи соціального захисту людини, охорони та відновлення її фізичного і духовного здоров'я, ліквідації алкоголізму, наркоманії, інших негативних явищ;
- ліквідація бездоглядності, безпритульності серед дітей і підлітків;
- створення економічних і соціальних умов для підвищення рівня народжуваності та зниження рівня смертності, зменшення відтоку населення за кордон, повернення трудових мігрантів в Україну;
- забезпечення відповідності національного ринку освітніх послуг перспективним потребам суспільства і держави у трудових ресурсах необхідної кваліфікації;
- створення доступної, високоякісної та ефективної системи медичної допомоги, боротьба з соціально небезпечними захворюваннями, здійснення протиепідемічних заходів;
- зниження рівня соціального та майнового розшарування населення, наближення системи соціальних гарантій до принципів і норм держав – членів ЄС;
- даліше реформування пенсійної системи, підвищення ефективності соціальних гарантій для найбільш уразливих верств населення тощо [1].

Так, Україні притаманна державоцентрична модель державного регулювання соціальної сфери, що кардинально відрізняється від західноєвропейської – антропоцентричної, тому в економіці добробуту державне регулювання соціальної сфери має вирішальне значення та виступає цільовою функцією соціальної політики, тоді як у вітчизняних реаліях соціальні цілі підпорядковуються економічним пріоритетам, що мають першочергове значення. Оскільки воно здійснюється через інструменти соціальної політики, адекватна соціальна політика покликана вирішити низку конфліктів, що виникають у соціальній сфері.

#### **Список використаних джерел**

1. Про основи національної безпеки України: Закон України від 19.06.2003 р. № 964-IV; поточна редакція від 18.05.2013 р. на підставі 221-18. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Мочерний С.В., відп. ред. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Київ: Академія, 2001. 861 с.
3. Снігова О.Ю. Механізм державного та регіонального управління соціальною безпекою. Стратегічні пріоритети. 2007. № 2 (3). С. 87-92.

## НЕОБХІДНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТУ УПРАВЛІННЯ ЙОГО ФІНАНСОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Сьогодні все більше підприємств визнають потребу у свідомому перспективному управлінні фінансовою діяльністю на основі передбачення її напрямів, адаптації до загальних цілей розвитку підприємства і умов зовнішнього середовища. Ефективним інструментом перспективного управління фінансовою діяльністю підприємства є фінансова стратегія. Кожен суб'єкт господарювання має свої особливості, тому визначити єдиний підхід до вибору фінансової стратегії неможливо.

У системі перспективних розробок підприємства фінансова стратегія є основною. Це складна багатофакторно орієнтована модель дій і заходів, необхідних для досягнення поставлених перспективних цілей у загальній концепції розвитку щодо формування і використання фінансово-ресурсного потенціалу підприємства. Економічна сутність фінансової стратегії характеризується фінансовими відносинами підприємства з іншими економічними суб'єктами і державними органами влади та взаємодією з ними в процесі здійснення ділових відносин в сфері фінансів. У найбільш загальному вигляді фінансова стратегія підприємства являє собою визначення економічної мети і результатів діяльності підприємства, обсягу ресурсів та забезпечення ними при заданій загальній стратегії підприємства.

Загалом поняття “фінансова стратегія” близьке до стратегічного менеджменту, оскільки охоплює ті ж елементи управління підприємством, яким не приділяється достатньої уваги при визначенні і застосуванні загальної стратегії розвитку підприємства. Ефективна фінансова стратегія підтримує загальну стратегію підприємства і є сполучною ланкою між довгостроковою метою, напрямом руху капіталу й оперативним управлінням.

У рамках фінансової стратегії повинна формуватися фінансова модель підприємства, що дозволяє управляти як структурою активів, так і пасивів, рентабельністю, ліквідністю, безбитковістю підприємства, структурою постійних і змінних витрат, операційним та фінансовим циклами.

Крім того, фінансова стратегія повинна відповідати необхідному рівню підприємницького (ділового) ризику, потребам фінансування, визначати фінансові цілі підприємства, дивідендну політику, враховуючи ринкові умови.

У своїй основі фінансова стратегія підприємства являє собою систему довгострокових цілей діяльності підприємства, зумовлених його фінансовою ідеологією та найефективнішими шляхами їх досягнення [3, с. 37].

Формування фінансової стратегії підприємства передбачає виконання послідовності таких етапів:

1. Визначення цілі та періоду реалізації формування фінансової стратегії.
2. Дослідження чинників зовнішнього та внутрішнього фінансового середовища і кон'юнктури фінансового ринку.
3. Формування стратегічних цілей діяльності підприємства.
4. Конкретизація цільових показників фінансової стратегії за періодами її реалізації.
5. Розробка системи організаційно-економічних заходів щодо забезпечення реалізації фінансової стратегії.
6. Оцінка ефективності розробленої фінансової стратегії за критеріями та її узгодженості із загальною стратегією розвитку підприємства; внутрішньою збалансованістю фінансової стратегії; реальністю реалізації фінансової стратегії; прийнятним рівнем ризиків, зумовлених реалізацією фінансової стратегії та її результативністю [1, с. 115].

При розробці фінансової стратегії слід керуватися як загальними правилами системного і ситуаційного підходів, так і принципами, що забезпечують найбільш раціональне і швидке досягнення поставлених стратегічних цілей. Так, для реалізації методів управлінської діяльності

пропонуються такі принципи, як науковість, функціональна спеціалізація, послідовність, безперервність, контроль і координація діяльності, забезпечення єдності прав і відповідальності в кожній його ланці, максимально широке залучення виконавців в процесі підготовки рішень. Іншими основоположними принципами фінансової стратегії є: фінансовий підхід до вибору довготривалих цілей і засобів їх досягнення; конкурентна перевага; мінімізація кумулятивних витрат; чітке формулювання цілей інвестиційної діяльності; імпліцитний характер стратегічних цілей; сканування ринку і вибір місії підприємства [1].

В економічній літературі структура фінансової стратегії підприємства розглядається за допомогою способів та напрямів досягнення заявлених цілей, що визначаються в рамках формування окремих компонентів (модулів) фінансової стратегії та її складових. Такий підхід дозволяє визначати фінансову стратегію підприємства як інтегровану структурну композицію п'яти взаємопов'язаних і взаємозалежних модулів [2, с. 25]:

- 1) стратегії формування фінансових ресурсів;
- 2) інвестиційної стратегії;
- 3) стратегії забезпечення фінансової безпеки;
- 4) стратегії підвищення якості управління фінансовою діяльністю;
- 5) податкової стратегії.

Залежно від індивідуальних особливостей окремого підприємства вибір складу елементів кожного модуля фінансової стратегії визначається масштабом, рівнем диверсифікації діяльності та іншими чинниками, тому може бути розширений (або скорочено). Водночас необхідно враховувати, що кожен структурний елемент є взаємопов'язаним і взаємозалежним по відношенню до інших, що передбачає застосування єдиних підходів і принципів їх формування та управління. Підприємству важливо сформувати таку структуру фінансової стратегії, яка дозволила б приймати оптимальні стратегічні рішення в сфері управління фінансами.

Отже, фінансова стратегія характеризує різні відносини підприємства у виробничій, кредитній, інвестиційній та фінансовій сферах господарювання, визначає поведінку підприємства на ринку, формування його ринкової позиції відповідно до стану, використання фінансових ресурсів, а також грошово-кредитних інструментів. Крім того, фінансова стратегія підприємства як інтегрована структурна композиція дозволяє сконцентрувати увагу на управлінні тими напрямками фінансової сфери, які є найбільш значущими для підприємства в довгостроковій перспективі.

#### **Список використаних джерел**

1. Білик М. Д., Белялов Т. Є. *Фінансове планування на підприємстві: навчальний посібник*. К.: ПанТот, 2015. 436 с.
2. Волощук Л. О., Науменко К. І. *Фінансова стратегія в управлінні розвитком та економічною безпекою підприємств*. Економічний журнал Одеського політехнічного університету. 2017. № 1 (1). С. 23–30.
3. Гончаренко О. М. *Фінансова стратегія: теоретичні питання розробки та реалізації*. Вісник соціально-економічних досліджень. 2015. Вип. 1 (56). С. 35–40.

**Власюк Н. І.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **МІЖБЮДЖЕТНІ ТРАНСФЕРТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ**

Одними із важливих завдань місцевих бюджетів нині є забезпечення збалансованого соціально-економічного розвитку регіонів та формування міжбюджетних відносин для підвищення рівня фінансової самодостатності шляхом посилення бюджетної децентралізації.

Міжбюджетні відносини є одним із найбільш широко застосовуваних фінансових механізмів держави, що використовується для подолання диспропорцій у ресурсному забезпеченні різних територій, підтримки збалансованості та стимулювання розвитку економіки регіонів через сукупність форм, засобів та інструментів організації міжбюджетних відносин.

Варто відзначити, що дохідна частина місцевих бюджетів усіх регіонів України нині

не відповідає обсягу запланованих видатків, саме тому міжбюджетні трансферти стають важливими інструментами забезпечення їх сталого розвитку.

Налагоджена система трансфертних перерахувань дає змогу збалансувати міжбюджетні відносини в разі виникнення дефіциту в бюджетах територіальних громад за їх низької платоспроможності, що не відповідає функціям, покладеним на органи місцевого самоврядування відповідного рівня.

За допомогою міжбюджетних трансфертів вирішується ціла низка проблем, серед яких:

– розподіл видатків відповідно до розподілу повноважень між виконавчою державною владою і місцевим самоврядуванням;

– забезпечення місцевих бюджетів дохідними джерелами для виконання власних і делегованих повноважень;

– перерозподіл через державний бюджет фінансових ресурсів від багатших у фінансовому розумінні бюджетів до бідних;

– формування умов для збільшення зацікавленості органів місцевого самоврядування у мобілізації доходів;

– використання у процесі виконання бюджетів різних форм і методів взаємодії між державним бюджетом і місцевими бюджетами [1].

Важливими питаннями є розроблення та реалізація державної регіональної політики, спрямованої на зменшення територіальної асиметрії в соціально-економічному розвитку і забезпечення формування такої фінансової спроможності органів місцевого самоврядування, яка б створювала можливості для їх сталого розвитку.

Сучасний стан розвитку адміністративно-територіальних одиниць характеризується поступовим збільшенням диференціації рівнів економічного та соціального розвитку регіонів. Як наслідок цього, постійно збільшується розрив у розмірах податкових і неподаткових доходів, що збираються у регіонах. Тому перспективи розвитку регіонів багато у чому залежать від того, наскільки ефективно функціонуватиме система міжбюджетних відносин.

Україні необхідно знайти ефективні форми взаємодії державних та місцевих фінансів, за яких буде гарантовано фінансову незалежність місцевих рад та ефективність використання фінансів.

Система міжбюджетних трансфертів є багатофункціональною та комплексною за своєю структурою системою розподілу фінансових ресурсів.

Існуюча в Україні протягом тривалого часу модель міжбюджетних відносин, основні риси якої були успадковані від адміністративно-командної системи управління, характеризувалася значною централізацією процесів формування та розподілу бюджетних коштів та суттєво обмежувала місцеві органи влади в реалізації своїх повноважень щодо забезпечення екологічного, соціального та економічного розвитку регіону.

Згідно з законодавством, держава здійснює фінансову підтримку добровільного об'єднання територіальних громад (ОТГ) сіл, селищ, міст та приєднання до ОТГ шляхом надання їм коштів у вигляді субвенцій на формування відповідної інфраструктури згідно з планом соціально-економічного розвитку такої територіальної громади. Загальний обсяг фінансової підтримки розподіляється між бюджетами ОТГ пропорційно до площі об'єднаної територіальної громади та кількості сільського населення у такій територіальній громаді з рівною вагою обох цих факторів [2].

Однак, зростання обсягу ресурсів, а відповідно і рівня фінансової автономії місцевих бюджетів, а також реалізація політики децентралізації може спричинити ряд загроз та ризиків як для окремих суб'єктів господарювання, так і для регіонів в цілому. До таких загроз можна віднести:

– загрози, пов'язані з об'єднанням територіальних громад, що призводять до розмиття кордонів між регіонами, поглиблення нерівномірності розподілу продуктивних сил, виробничих потужностей тощо;

– ризики системи управління. Посилення фінансової автономії місцевих органів влади

призводить до послаблення державного контролю за якістю надання публічних послуг та виконання органами місцевого самоврядування власних та делегованих повноважень;

–формування об'єднаних територіальних громад може призвести до зниження ефективності регіонального менеджменту, зумовленого низьким рівнем компетентності посадових осіб [3].

Це доводить необхідність усунення вище викладених загроз та удосконалення системи міжбюджетних відносин в Україні, а також пошуку оптимальних моделей взаємодії органів влади на всіх рівнях.

#### **Список використаних джерел**

1. Артеменко Н. В. Сучасна концепція реформування місцевих бюджетів: проблеми та перспективи. Вісник НТУ “ХПІ”. 2014. № 34(1077). С. 25–30
2. Бондарук Т. Г. Доходи місцевих бюджетів в умовах децентралізації. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2015. № 1. С. 79–86.
3. Бюджетне забезпечення територіальних громад України: тенденції останніх років. Галузевий моніторинг № 9. URL: <http://dialogueauc.org.ua/sites/all/sites/dialogueauc.org.ua/files/files/mon9.pdf>.

**Мединська Т. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПОДАТКОВИЙ КОМПЛАЄНС У СИСТЕМІ ФІСКАЛЬНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ**

Фіскальне адміністрування податків і зборів є динамічним процесом і являє собою комплекс взаємопов'язаних дій фіскальних органів, цілеспрямованих на організацію податкового процесу та реалізацію ефективного контролю за дотриманням податкового законодавства, повнотою, своєчасністю та правильністю обчислення і сплати до бюджету податків, зборів та інших обов'язкових платежів. Якість його виконання характеризує діяльність органів державної податкової служби та використання відповідного інструментарію з реалізації державної податкової політики щодо здійснення митно-податкового контролю. Водночас, це особливий вид податкової діяльності, організація якої зумовлена передусім потребами державної податкової політики. В рамках реалізації ефективного фіскального адміністрування актуальним є використання новітніх підходів та запровадження податкового комплаєнсу з метою забезпечення ефективності та дієвості податкової системи.

У сучасній економічній науці застосовується і широко вживається термінологія “податкове адміністрування”, “фіскальне адміністрування”, у Податковому кодексі України (ПКУ) використовується термін “адміністрування податків, зборів (обов'язкових платежів)”. Відповідно ст. 14.1.11 ПКУ [1], “адміністрування податків, зборів та інших платежів” визначається як сукупність рішень та процедур контролюючих органів і дій їх посадових осіб, що визначають інституційну структуру податкових та митних відносин, організують ідентифікацію, облік платників податків і платників єдиного внеску та об'єктів оподаткування, забезпечують сервісне обслуговування платників податків, організацію та контроль за сплатою податків, зборів, платежів відповідно до порядку, встановленого законом.

Фіскальне адміністрування податків безпосередньо пов'язане з управлінською діяльністю органів державної виконавчої влади і організацією процесу оподаткування та ґрунтується на державних законодавчих і нормативних актах. Основною метою процесу адміністрування податків є вирішення двох головних проблем [2, с. 174-175]:

- 1) забезпечення фіскальних потреб держави;
- 2) досягнення високого рівня довіри платників податків.



З метою вирішення довічної проблеми у поєднанні інтересів платників податків та забезпечення відповідних потреб держави, зроблений важливий крок на шляху до якісних змін у підходах до податкового адміністрування та сприйнятті податкових органів платниками, що дозволить вивести відносини з платниками на зовсім новий рівень, який ґрунтується на довірі та партнерстві.

Кабінетом Міністрів України 8 лютого 2017 р. було затверджено Стратегію управління державними фінансами (Стратегія УДФ) на 2017-2021 роки [3], розроблену Міністерством фінансів України, яка має забезпечити стійке економічне зростання, якісно новий рівень надання державних послуг, а також стимулювати реформи в інших сферах.

Розробка самої Стратегії УДФ була підтримана міжнародними зобов'язаннями України перед ЄС та МВФ, метою якої є побудова сучасної та ефективної системи управління державними фінансами, яка здатна надавати якісні державні послуги, ефективно акумулювати ресурси та розподіляти їх у чіткій відповідності з пріоритетами розвитку держави у середньо- та довгостроковій перспективі. Сама стратегія складається з таких частин:

- дотримання загальної бюджетно-податкової дисципліни;
- підвищення ефективності розподілу ресурсів;
- забезпечення ефективного виконання бюджету;
- підвищення рівня прозорості та підзвітності.

Реформування оподаткування з метою створення сучасної та справедливої податкової системи для досягнення цілей економічного розвитку держави і реалізації Стратегії УДФ передбачає (рис. 1):



Рис. 1. Напрями і наслідки реформування податкової системи України в рамках реалізації Стратегії УДФ

Виходячи із передбачених напрямів реформування податкової системи України в рамках реалізації Стратегії УДФ зауважуємо, що важливу роль займає створення якісного та ефективного фіскального адміністрування, удосконалення митного контролю та дотримання податкового законодавства. Це зумовило чимале обговорення та перехід до відповідних дій і розробки Комплаєнс Стратегії органами Державної податкової служби України та Державної митної служби України.

У рамках реалізації Програми ЄС “Підтримка державного управління фінансами для України – EU4PFM”, міжнародні експерти EU4PFM провели у ДПС семінар на тему: “Стратегія сприяння добровільному дотриманню податкового законодавства (Комплаєнс стратегія)” [4]. Участь у заході, окрім представників Державної податкової служби України та Державної митної служби України, взяли спеціалісти Міністерства фінансів України,

Представництва Європейського Союзу в Україні, Представництва Міжнародного валютного фонду в Україні, Департаменту казначейства США. Учасники обговорювали основні передумови податкового комплаєнсу, мотиви та стимули платників, що формують культуру сплати податків, складові Комплаєнс стратегії, очікувані результати її впровадження, знайомилися з кращими практиками у цій сфері, планували подальші дії.

Відповідно, податковий комплаєнс передбачає комплекс мотивів та стимулів платників, які спонукають їх дотримуватися вимог податкового законодавства, законодавства із сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування та сплачувати податки, збори, платежі.

Розробка Комплаєнс стратегії та запровадження податкового комплаєнсу в системі фіскального адміністрування, надасть можливість мінімізувати ризики недотримання платниками вимог податкового законодавства, допомогти платникам уникнути найбільш поширених помилок в майбутньому, максимально спростити подання звітності та сплату податків, спільно вирішувати проблеми та усувати перешкоди на шляху побудови ефективної та дієвої податкової системи.

#### **Список використаних джерел**

1. Податковий кодекс України: № 2755-VI від 02.04.2020 із змінами і доповненнями. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show>.
2. Мединська Т. В., Стахів Н. М. Адміністрування податків в умовах імплементації вітчизняного законодавства до європейських вимог. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції "Актуальні проблеми обліково-аналітичного процесу в управлінні підприємницькою діяльністю" (22 листопада 2018 р.). МДУ. С. 173–177.
3. Стратегія реформування системи управління державними фінансами 2017-2021 рр. URL: [https://www.kmi.gov.ua/storage/app/imported\\_content](https://www.kmi.gov.ua/storage/app/imported_content).
4. Офіційний сайт Державної податкової служби України. URL: [www.tax.gov.ua](http://www.tax.gov.ua).

**Мицак О. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ**

У сучасних умовах господарювання підприємства змушені працювати в середовищі невизначеності, що створює щораз більшу кількість ризикових ситуацій. Зростання ступеня впливу фінансових ризиків на господарську діяльність підприємства зумовлене суттєвою зміною економічної ситуації в країні і світі, зміною кон'юнктури товарних і фінансових ринків, зміною умов і способів операційних і фінансових відносин суб'єктів господарювання, появою нових фінансових технологій та інструментів тощо.

Сучасне підприємство як складна економічна система постійно піддається впливу зовнішнього середовища. На нього діють зовнішні фактори, зокрема, фінансові ризики, які мають дестабілізуючий характер. Вони порушили стабільність функціонування і ускладнили та змінили функціонування всіх економічних систем, в тому числі і суб'єктів бізнесу. Тому, перш за все, в умовах нових господарських реалій, важливо вирішити проблему управління фінансовими ризиками підприємства, що слугуватиме підґрунтям для удосконалення управління і умов фінансово-господарської діяльності підприємств.

Теоретичні основи фінансових ризиків підприємства у своїх працях обґрунтовували такі вітчизняні вчені: І. Бланк, Г. Вербицька, Л. Гольцяєва, О. Полякова, О. Грачова, С. Нескородєв, Л. Донець, О. Жихор, Н. Котова, Р. Пікус, О. Таран та інші. Зокрема, їхній науковий внесок пов'язаний з розкриттям суті терміна "ризик", формулюванням дефініції фінансового ризику, визначенням складу фінансових ризиків підприємства, механізмів управління ними тощо. До вирішення названої вище проблеми залучалися Б. Литвин,

М. Стельмах, Г. Островська та інші, які досліджували її з метою запровадження системної політики фінансового управління ризиками.

Ризик є постійним і невід'ємним атрибутом фінансово-господарської діяльності підприємств в умовах ринкової економіки і потребує постійної уваги управлінців в бізнесі. Наявність певного рівня ризику господарських операцій не завжди означає, що від них треба відмовитися. Він є об'єктивним явищем в функціонуванні будь-якого підприємства та супроводжує практично всі види господарських операцій, всі напрямки його фінансово-господарської діяльності. Об'єктивна природа прояву фінансового залишається незмінною, хоча ряд його параметрів залежать від суб'єктивних управлінських рішень.

Атрибутом фінансового ризику є наявність ймовірності відхилення від мети. Причому кількісна ідентифікація цієї ймовірності в умовах ризику суттєво відрізняється від умов невизначеності. Умови ризику розглядаються як сукупність майбутніх варіантів здійснення фінансово-господарської діяльності, в яких існує об'єктивна можливість кількісно оцінити ймовірність досягнення цільового результату.

Оскільки фінансовий ризик – це усвідомлена можливість небезпеки виникнення непередбачених втрат очікуваного прибутку, майна, грошей через випадкові зміни умов економічної діяльності, несприятливі обставини, то фінансове управління ними в умовах форс-мажорних економічних процесів потребує ґрунтовного дослідження і системного застосування.

Управління фінансовими ризиками підприємства це процес передбачення і нейтралізації їх негативних фінансових наслідків, пов'язаних з їх ідентифікацією, оцінкою, профілактикою і страхуванням через використання всіх елементів системи забезпечення фінансового менеджменту: аналіз, планування і внутрішній контроль.

Специфічною особливістю діяльності більшості вітчизняних підприємств є здійснення лише операційної діяльності, що і обумовлює важливість визначення методики і інструментарію оцінки фінансових ризиків даного виду діяльності. Проведення і використання результатів фінансового аналізу складу і структури операційних доходів, витрат, беззбитковості і фінансової надійності є необхідною умовою управління у новітніх умовах діяльності. Особливо актуальним в системі управління фінансовими ризиками стає використання механізму операційного важелю для визначення заходів щодо мінімізації фінансових ризиків діяльності підприємств.

Система фінансового планування мінімізації фінансових ризиків має ґрунтуватись на інтеграції концепцій збалансованої системи показників та економічної доданої цінності, що дозволяє чітко сформулювати головний цільовий показник фінансової діяльності, ідентифікувати найважливіші фінансові важелі забезпечення фінансової стійкості підприємства та надалі встановлювати причинно-наслідкові зв'язки між ними та не фінансовими параметрами функціонування суб'єктів бізнесу. Основним поточним завданням при цьому є створення передумов для забезпечення мінімізації ризиків втрати фінансової стійкості і надійності. Методом досягнення цього завдання є збалансування потреби між матеріальними ресурсами і фінансовими (інвестиційними) ресурсами для забезпечення функціонування за існуючих фінансових ризиків.

Вважаємо, що фінансове планування на підприємстві в системі управління фінансовими ризиками дозволяє отримувати додаткові конкурентні переваги за рахунок конкретизації завдань діяльності підприємства, дозволяє корелювати стратегічні цілі розвитку з поточними завданнями, сформулювати систему заходів щодо їх досягнення, синхронізувати роботу фінансової служби з іншими структурними підрозділами підприємства, ефективно використати фінансовий потенціал підприємства та мінімізувати ризик діяльності бізнесу.

Механізм нейтралізації та мінімізації фінансових ризиків як елемент фінансового управління неможливий без застосування системи внутрішнього фінансового моніторингу за станом та динамікою зміни рівня ризиковості фінансово-господарської діяльності підприємства. Система фінансового моніторингу є складовою внутрішнього фінансового

контролю і створюється менеджментом підприємства з метою перманентного спостереження за виконанням управлінських рішень в сфері загального менеджменту підприємства з метою досягнення стратегічних цілей і попередження кризових ситуацій, які можуть призвести погіршення чи втрати фінансової стабільності підприємства.

Для успішного впровадження і ефективного використання фінансового управління ризиками на підприємстві доцільно створити систему, основною функцією якої буде постійний моніторинг фінансових ризиків, які можуть виникнути на підприємстві, їх оцінка та забезпечення їх мінімізації та нейтралізації.

#### **Список використаних джерел**

1. Клокар О. Соціально-економічна сутність фінансового контролінгу та його ефективне формування й розвиток. СХІД. 2016. № 5 (145). С. 11–15.
2. Мицак О. В., Чуй І. Р. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. [2-ге вид., доп. і перероб.]. Львів: Магнолія-2006, 2018. 228 с.

**Музичка О. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ УПРАВЛІННЯ ПРОБЛЕМНИМИ АКТИВАМИ БАНКІВ**

В сучасних умовах розвитку економіки для забезпечення фінансової стійкості та надійності банківських установ необхідно формувати оптимальний та збалансований портфель активів. Зростання обсягу проблемних активів спричиняє низьку якість портфеля і погіршує фінансовий стан банків. У зв'язку з цим, виникає необхідність контролювати якісні параметри портфелю активів з метою недопущення зростання його проблемності з використанням сучасного методичного інструментарію.

Згідно з Положенням про організацію процесу управління проблемними активами в банках України від 18.07.2019р. № 97 банк вважається таким, що має значний рівень проблемних активів, якщо в нього хоча б один із таких показників перевищує п'ять відсотків:

1) співвідношення загальної суми боргу за кредитами, наданими юридичним та фізичним особам, які класифіковані як непрацюючі активи, до загальної суми боргу за кредитами, наданими юридичним та фізичним особам;

2) співвідношення балансової вартості стягнутого майна до загальної суми боргу за кредитами, наданими юридичним та фізичним особам й балансової вартості стягнутого майна [1].

Проблемні активи в залежності від ступеня реалізації і термінів погашення слід розмежувати на: 1) реальну проблемну заборгованість за якою вже реалізувалися проблеми з її повернення та яка являє собою суму простроченої заборгованості; 2) потенційну, терміни погашення за якою не настали, але в ході фінансового моніторингу були виявлені ознаки проблемності. Вона містить в собі відповідні частини строкової і пролонгованої заборгованості. Зазначений критерій класифікації проблемних активів дозволить більш точно оцінити розміри наявної у банку та спрогнозувати суму потенційної проблемної заборгованості.

З огляду на це, основними завданнями, що стоять перед системою управління проблемними активами банку є:

- ідентифікація джерел виникнення проблемної заборгованості як в існуючих, так і у нових кредитних продуктах банку;
- діагностика проблемних кредитів в розрізі напрямів кредитування;
- кількісна оцінка рівня проблемності кредитного портфеля, аналіз і контроль за його впливом на фінансову стійкість банку і результати його діяльності;
- вибір джерел покриття проблемних кредитів і оцінка їх достатності;
- розробка, реалізація і оцінка ефективності методів нейтралізації або зниження рівня

проблемної заборгованості;

– моніторинг і контроль за часткою проблемних кредитів.

Основною проблемою сьогодення є значний обсяг проблемних активів й відповідно, низька якість активів як окремого банку, так і банківської системи загалом. Станом на 01.01.2020р. обсяг проблемних активів банків України склав 546722 млн. грн. або 27,58% загального обсягу активів, що в сумі на 103130 млн. грн. та 6% у питомій вазі менше порівняно з аналогічним періодом минулого року [2]. Отже, слід відмітити позитивні тенденції щодо зниження рівня проблемності активів банку, хоча їх обсяг та питома вага залишаються значними.

В умовах сьогодення одним із способів підтримки оптимальної структури портфеля активів є регулярна санація (видалення зайвих активів і, по можливості, оперативне заміщення їх тими активами, які принаймні не погіршать загальну структуру портфеля). Необхідно відмітити, що у світовій практиці для роботи з проблемними активами використовуються дві основні схеми:

– централізована, коли держава створює спеціальне агентство з викупу та управління проблемними активами, що входить до складу агентства по реструктуризації кредитних організацій або створюється при центральному банку;

– децентралізована, яка передбачає створення структур по роботі з проблемними активами в складі або за межами окремих банків або передачу боргів на стягнення в колекторське агентство.

Основними інструментами реструктуризації проблемних активів банку, які застосовуються у вітчизняній практиці є: 1) в рамках короткострокової реструктуризації: відтермінування сплати основного боргу за кредитом; зменшення обсягів платежів за основним боргом; пільговий період/мораторій на обслуговування боргу; повна або часткова капіталізація нарахованих і несплачених процентів та простроченої суми основного боргу за кредитом; 2) в рамках довгострокової реструктуризації: зменшення розміру процентної ставки за кредитом; пролонгація строку погашення заборгованості; надання додаткового забезпечення; продаж заставленого майна за домовленістю; зміна графіка погашення заборгованості; валютна конвертація заборгованості; нове кредитування; консолідація боргів; часткове або повне прощення боргу; інша зміна договірних умов [1].

Загалом управління проблемними активами банку має два провідні напрямки:

1) перший – це самостійне оздоровлення банку, наприклад через реструктуризацію проблемної заборгованості між сторонами кредитного договору або шляхом продажу проблемних активів;

2) другий – це заходи, вжиті державними органами, зокрема НБУ, запропоновані власникам банку в адміністративному порядку; до таких заходів можна віднести вимоги щодо збільшення капіталу банку (докапіталізації), примусову реорганізацію чи ліквідацію банку, відкликання ліцензії банку або призупинення деяких його операцій і націоналізацію банку.

Участь держави в особі її органів у процесах управління проблемними активами в банківській системі України в цілому за останнє десятиліття значно змінювалося, починаючи з рішень про створення санаційного банку для очищення банків від проблемних активів до повної відмови від участі у вирішенні зазначеної проблеми. За цей час держава продемонструвала нездатність очолити роботу з управління проблемними активами. Також це доводить, що банківська система України не завжди позитивно “сприймає” зарубіжні моделі вирішення тих чи інших проблем на фінансовому ринку.

Попри недосконалість існуючих механізмів і методів управління проблемними активами в нашій державі вже сформувалися підходи до вирішення таких проблем у роботі банків, які умовно поділяються на заходи, спрямовані на оздоровлення банку та мінімізацію впливу проблемних активів на його роботу, та заходи, які вживаються для ліквідації банку шляхом його реорганізації або закриття.

Таким чином, досвід зарубіжних країн необхідно вивчати, аналізувати і будувати на його основі свою стратегію, виробляти певні методи управління портфелем проблемних активів в

кризовому банку. Аналіз методів управління проблемними активами дозволяє зробити висновок, що участь держави в цьому процесі є більш ефективним, якщо воно обмежене створенням початкових умов для фінансування проєкту і наглядом за його здійсненням недержавними менеджерами. Отже, використання децентралізованого методу підтверджує свою результативність.

#### Список використаних джерел

1. Положення про організацію процесу управління проблемними активами в банках України від 18.07.2019 р. № 97. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0097500-19>.
2. Обсяги активних операцій та частка непрацюючих активів. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#3>.

**Руцишин Н. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ У БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ УКРАЇНИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФІНАНСОВУ БЕЗПЕКУ ДЕРЖАВИ

Банківський сектор є найважливішою ланкою національної економіки. У сучасних умовах розвитку банківська система України перебуває під впливом економічних, політичних кризових явищ в країні та глобальних змін у світовій фінансовій індустрії. Фінансова нестабільність, обмеженість власних внутрішніх ресурсів, зниження довіри до банків і необхідність підвищення їхньої капіталізації зумовлюють залучення до вітчизняної банківської системи іноземних капіталів.

Відповідно до Закону України “Про банки та банківську діяльність” до банків з іноземним капіталом належать банки, у яких частка капіталу, що належить хоча б одному іноземному інвестору, становить не менше 10 % [1]. Динаміку кількості діючих банків з іноземним капіталом у банківській системі України за 2015-2019 роки наведено у табл. 1.

Таблиця 1

#### Динаміка банків з іноземним капіталом у банківській системі України за 2015-2019 роки

Показники	На 01.01.2016р.	На 01.01.2017р.	На 01.01.2018р.	На 01.01.2019 р.	На 01.01.2020 р.	Відхилення 2019/2015, (+,-)
Кількість діючих банків	117	96	86	77	75	-42
з них: з іноземним капіталом	41	38	38	37	35	-6
у т. ч. зі 100% іноземним капіталом	17	17	18	22	23	6
Питома вага банків з іноземним капіталом у загальній кількості діючих банків, %	35,0	39,6	44,2	48,1	46,7	11,7
Питома вага банків з із 100 % іноземним капіталом у загальній кількості діючих банків, %	14,5	17,7	20,9	28,6	30,7	16,2
Питома вага активів іноземних банків у активах банківської системи, %	38,8	38,2	24,6	24,1	27,2	-11,6
Питома вага статутного капіталу іноземних банків у статутному капіталі банківської системи, %	40,6	46,2	27,6	28,0	28,7	-11,9

Джерело: складено на підставі [2].

Дані табл. 1 показують, що за період із 2015 по 2019 рр. кількість банків з іноземним капіталом в Україні зменшилася із 41 одиниці у 2015 році до 35 одиниць у 2019 році, тобто

зменшення становило 6 банків. При цьому, питома вага банків з іноземним капіталом у загальній кількості банків України зросла із 35,0 % у 2015 р. до 46,7 % у 2019 р. Поряд з тим, відбулося і зростання питомої ваги банків із 100 % іноземним капіталом у загальній кількості банків України на 16,2 % із 14,5 % у 2015 р. до 30,7 % у 2019 р.

Зростання питомої ваги банків з іноземним капіталом та зменшення їх кількості стало наслідком зменшення загальної кількості діючих банків в Україні: якщо кількість банків з іноземним капіталом зменшилася в 0,8 рази то загальна кількість банків в Україні зменшилася в 0,6 рази (із 117 банків на початок 2016 р. до 75 банків на початок 2020 р.), що було пов'язано з анексією Криму та воєнними діями на Донбасі, відповідним значним погіршенням політичної і соціально-економічної ситуації в Україні та виведенням з ринку економічно слабких банків із низьким рівнем капіталізації.

Питома вага активів іноземних банків у активах банківської системи зменшилась з 38,8 % на початок 2016 р. до 27,2 % на початок 2020 р. тобто на 11,6 %. Питома вага статутного капіталу іноземних банків у статутному капіталі банківської системи за 2015-2019 рр. також зменшилась на 11,9 % і станом на 01.01.2020 р. склала 28,7 %.

Присутність іноземного капіталу у вітчизняній банківській системі справляє неоднозначний вплив на фінансову безпеку держави – з одного боку, банки з іноземним капіталом сприяють підвищенню міжбанківської конкуренції, удосконаленню ринкової інфраструктури, сприяють припливу та диверсифікації капіталу, запровадженню сучасних банківських та фінансових інновацій, покращенню якості обслуговування клієнтів та розширенню спектру банківських послуг тощо, а з іншого – участь іноземного капіталу може зумовити виникнення негативних чинників унаслідок вразливості банківської системи до впливу дестабілізуючих факторів. Зокрема, зростання частки іноземного капіталу в банківській системі України може спричинити підвищення її нестабільності; монополізація іноземним капіталом ринку банківських послуг може суперечити національним інтересам і призвести до зростання економічної залежності держави [3].

Забезпечення фінансової безпеки держави у банківській сфері в умовах присутності іноземного капіталу як сукупність організаційно-економічних і правових відносин базується на відповідному механізмі, який є системою заходів впливу, спрямованих на своєчасне виявлення, попередження, нейтралізацію та ліквідацію загроз у цій сфері.

Між фінансовою безпекою та ефективністю присутності іноземного капіталу у вітчизняній банківській системі існує тісний взаємозв'язок, який проявляється через визначення цілей прибуткової та стабільної банківської діяльності; забезпечення захисту інтересів вкладників; створення системи захисту від загроз, які постають перед банківською системою. Для розширення сфери впливу іноземного банківського капіталу необхідно уникати його надмірної концентрації та монополізації на одному із сегментів ринку банківських послуг; забезпечувати належний рівень прозорості джерел зовнішнього інвестування; стимулювати не тільки приплив іноземних коштів у вітчизняну банківську систему, а й запозичувати передовий досвід, передусім новітній менеджмент і технології ведення банківського бізнесу, нових послуг і продуктів, програмного забезпечення, що заохочувало б вітчизняні банки до підвищення рівня обслуговування власної клієнтури.

#### **Список використаних джерел**

1. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 07.12.2000 р. № 2121-III. Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. 2002. № 7 (зміни і доповнення). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14>.
2. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://bank.gov.ua/statistic/supervision-statist/data-supervision#1>.
3. Васильчишин О. Б. Вплив банків з іноземним капіталом на фінансову безпеку банківської системи України. Наука молода. 2016. № 24. URL: <http://naukatmolodaj.ineu.edu.ua/index.php/nmj/article/view/146>.

## ІНТЕГРОВАНІЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Банківська безпека – це не тільки фундамент безпечного функціонування і спроможність подальшого розвитку банківського бізнесу, але і створення безконфліктного зовнішнього і осередовища, що в сучасних умовах розвитку ринку банківських послуг є важливим чинником. Саме комерційні банки можуть, з одного боку, повноцінно забезпечити економіку країни від фінансової кризи або хоча б зменшити її вплив; з іншого боку, саме комерційні банки є основним індикатором уразливості фінансово-економічної системи країни.

У Законі України “Про національну безпеку України” від 22 червня 2018 р. № 2469-VIII безпека визначена як стан захищеності життєво важливих інтересів особи, суспільства і держави від внутрішніх і зовнішніх загроз. Загрозу безпеки вищеназваний закон визначає як сукупність умов і чинників, що створюють небезпеку життєво важливим інтересам [1].

Відповідно до наведеного вище тлумачення безпеки під безпекою банківських установ в широкому сенсі слід розуміти стан захищеності життєво важливих інтересів банківського бізнесу від внутрішніх і зовнішніх загроз (джерел небезпеки).

У вузькому сенсі безпека банку – цей такий стан його правових, економічних і виробничих відносин, матеріальних, інтелектуальних і інформаційних ресурсів, які виражають спроможність банківських установ до беззбиткового функціонування і науково-технічного прогресу як основи ефективної фінансово-кредитної діяльності за умови отримання достатнього прибутку.

Дослідження теоретико-методологічних основ банківської безпеки дозволяє сформулювати три основні компоненти системи фінансово-економічної безпеки сучасних банківських установ :

- інформаційна безпека банку, захищеність, що відокремлює його, від будь-яких загроз розголошення або втрати інформації, що має комерційну або іншу цінність;
- безпека персоналу банку, захищеність, що відсторонює його, від будь-яких загроз персоналу, передусім, висококваліфікованих працівників;
- майнова безпека банку, захищеність, що відсторонює його, від будь-яких загроз втрати грошових коштів, цінних паперів, товарно-матеріальних цінностей і інших статей активів [2, с. 57].

Інтегрований підхід до аналізу і оцінки фінансово-економічної безпеки банківського бізнесу є системою індикаторів, на основі якої доцільно робити оцінку динаміки розвитку банківського сектора.

При формуванні, експлуатації і розвитку інтегрованої системи забезпечення фінансово-економічної безпеки банківських установ необхідно дотримуватися деяких загальних методичних вимог. Головним з них виступає системний підхід до проблеми забезпечення фінансово-економічної безпеки. Під цим розуміється неприпустимість акцентування зусиль служби безпеки банку на відображенні якого-небудь одного або декількох видів потенційних загроз на шкоду заподіяну іншим.

Другою вимогою при формуванні інтегрованої системи забезпечення фінансово-економічної безпеки банківських установ визначається пріоритет заходів щодо відвернення потенційних загроз (тобто методів профілактичного характеру). Воно не вимагає додаткових обґрунтувань вже в силу забезпечуваної можливості не допустити збитку банку в принципі, тоді як інші методи у кращому разі дозволяють його скоротити або покарати винуватців.

Третьою вимогою при формуванні інтегрованої системи забезпечення фінансово-економічної безпеки банківських установ виступає орієнтованість системи на забезпечення



пріоритетного захисту конфіденційної інформації і лише потім інших об'єктів потенційних загроз. Роль інформації і інформаційних технологій у функціонуванні сучасної банківської системи, держави, окремих підприємств і домогосподарств послідовно збільшується. Все для більшого числа господарюючих суб'єктів втрата або розголошення інформації стає значимою втратою, ніж розкрадання грошових коштів і товарно-матеріальних цінностей. Поява і розвиток глобальних комп'ютерних мереж визначила появу ще одного джерела постійних загроз інформаційної безпеки – несанкціоноване проникнення у бази даних банківських установ.

Четвертою вимогою при формуванні інтегрованої системи є безпосередня участь в забезпеченні фінансово-економічної безпеки усіх її структурних підрозділів і співробітників у рамках встановленої їм компетенції і відповідальності. Структура можливих загроз, серед яких не останнє місце займають і загрози з боку власного персоналу, унеможливають ефективну протидію їм силами виключно співробітників служби безпеки банку.

П'ятою вимогою при формуванні інтегрованої системи забезпечення фінансово-економічної безпеки банківських установ виступає забезпечення взаємодії системи управління безпекою з іншими напрямками менеджменту. Вказана вимога реалізується як на стратегічному, так і на оперативному рівні системи управління. Таким чином, комплексна система управління повинна формуватися з урахуванням забезпечення відносного паритету або балансу інтересів кожного з напрямів діяльності банківського бізнесу.

Шостою вимогою при формуванні інтегрованої системи є співмірність витрат на забезпечення фінансово-економічної безпеки банківських установ реальному рівню загроз. Воно пов'язане з реалізацією принципу розумної достатності. З позиції кінцевої ефективності системи в рівній мірі неприпустимо економити на даному напрямі діяльності, послабляючи власну безпеку, і перебільшувати можливі загрози, здійснюючи зайві, тобто витрати, що не окупаються.

Завершальною вимогою при формуванні інтегрованої системи забезпечення фінансово-економічної безпеки банківських установ є формалізоване закріплення не лише функціональних обов'язків, але і повноважень (межі компетенції) служби безпеки. На відміну від інших напрямів діяльності банку робота більшості співробітників цього підрозділу завжди пов'язана із загрозою перевищення службових повноважень.

Таким чином, знання і своєчасне виявлення загроз безпеки бізнес-діяльності, ретельне опрацювання схем відображення загроз і ліквідації можливих їх несприятливих наслідків є важливим елементом при формуванні інтегрованої системи забезпечення фінансово-економічної безпеки банківських установ, а також забезпечення стійкого функціонування бізнес-структури, що, у свою чергу, здатне робити значний вплив на економічні результати і морально-психологічний стан колективу. Отже, цей інтегрований підхід при формуванні системи забезпечення фінансово-економічної безпеки банку дозволяє керівникові комерційного банку визначити основи організації безпеки кредитної установи з урахуванням місцевих умов функціонування, а також своїх можливостей забезпечення ресурсами.

#### **Список використаних джерел**

1. Про Національну безпеку України: Закон України № 2469-VIII від 21 червня 2018 р. Верховна Рада України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z2469-19>.
2. Вовчак О. Д., Самура Ю. О., Сидоренко В. А., Вареник В. А. Банківська безпека: навч. посіб. К. : Знання, 2013. 237 с.

## СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ОПОДАТКУВАННЯ ДОХОДНО-ПРИБУТКОВИХ ПОДАТКІВ

Доходно-прибуткові податки є важливою складовою усіх податкових систем розвинутих країн та істотним фінансовим ресурсом бюджетів, в першу чергу місцевих. У багатьох країнах світу виходячи з критерію фіскальної значимості перевагу віддають податку на доходи фізичних осіб та податку на прибуток корпорацій, які є різновидом прибуткового оподаткування. В Україні застосування доходно-прибуткових податків пов'язане з проблемами, основні з яких низькі доходи більшої частини населення, значний рівень ухилення від оподаткування, нерівномірність розподілу податкового навантаження між реальним та фінансовим секторами економіки [1, с. 138]. Все це призводить до зменшення їхньої фіскальної ефективності. За своєю економічною сутністю до доходно-прибуткових податків належить і єдиний податок, введений як альтернативна система пільгового оподаткування для суб'єктів малого бізнесу.

Завдяки простоті нарахування і сплати, прозорості грошових вилучень на користь держави, пропорційності податкового навантаження і платежами до бюджету, своїй соціальній справедливості та прямому регулювальному впливу на економічні процеси доходно-прибуткові податки набули значного поширення.

Залежно від цілей правового регулювання та суб'єктно-орієнтаційного спрямування принципи оподаткування доходно-прибутковими податками можна поділити на: орієнтовані на організацію законотворчості; адресовані на упорядкування поведінки саме зобов'язаних осіб; та ті, якими деталізуються особливості поведінки зобов'язаних осіб (рис. 1).



Рис. 1. Класифікація принципів оподаткування доходно-прибуткових податків [2, 3]

Доходно-прибуткові податки, представники прямого оподаткування, є відносно справедливішими порівняно з іншими зокрема непрямими податковими механізмами. З іншого боку, їх недоліками є нерегулярність і нерівномірність їх надходжень в територіальному розрізі, складність механізму їх обліку та адміністрування, що дозволяє ухилення від сплати податків; обмеження стимулів до нарощування та розширення бізнесу; перехід до тіньового сектору економіки [4, с. 284].

Принципи фіскальної достатності та економічної ефективності доходно-прибуткових податків визнані одними з базових принципів функціонування національної податкової системи. Ефективність податкової політики забезпечується шляхом узгодження таких принципів: фіскальної достатності, економічної ефективності, соціальної справедливості, стабільності, гнучкості. При цьому перші три ознаки взаємопов'язані, взаємозалежні та не можуть існувати відокремлено одна від одної.

Фіскальне значення будь-якого податку полягає у наповненні доходів бюджету. Доходно-прибуткове оподаткування спричинює серйозний вплив не тільки на розвиток підприємництва та фінансовий добробут населення, воно може як стимулювати так і дестимулювати його розвиток. Ця характеристика податків покликана забезпечувати потреби влади усіх рівнів у фінансових ресурсах, достатніх для проведення економічної та соціальної політики, а також для виконання органами влади покладених на них функцій. Постійність податків означає, що вони повинні надходити до бюджету рівномірно протягом бюджетного року та у чітко встановлені терміни. Стабільність податкових надходжень визначається гарантією того, що доходи, передбачені законодавством, будуть отримані у повному обсязі.

Очевидно, повинен досягатися ефективний баланс публічних і приватних інтересів, який забезпечить, з одного боку, наповнюваність бюджетів усіх рівнів, а з іншого, – не відіб'є у платника бажання мати в наявності та створювати відповідний об'єкт оподаткування

Аналіз визначених основних принципів формування системи доходно-прибуткових податків приводить до висновку, що за своєю сутністю чітко виражену фіскальну мету має переважна більшість принципів: загальності оподаткування, рівності платників, відповідальності, соціальної справедливості, фіскальної достатності, періодичності оподаткування тощо.

#### **Список використаних джерел**

1. Чуй І. Р., Властюк Н. І., Журбич К. М. Аналіз фіскального потенціалу доходно-прибуткових податків в Україні та зарубіжних країнах. Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць. 2019. Вип. 24. С. 137-145.
2. Вінцова Д. С. Співвідношення принципів фіскальної достатності та економічності оподаткування : дис. .... канд. екон. наук : 12.00.07. Харків, 2015. 205 с. URL: [https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.09/2016/Vincova\\_diss.PDF](https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.09/2016/Vincova_diss.PDF).
3. Лопатникова Е. А. Реализация принципов налогового права / под. ред. И. И. Кучерова. М.: ИД "Юриспруденция", 2012. 160 с.
4. Турянський Ю. І. Історичний досвід становлення системи прямого оподаткування в європейських країнах. Науковий вісник НЛТУ України. 2014. Вип. 24.10. С. 282–288.

**Журибіда Н. Р.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЗАГРОЗ ТА НЕБЕЗПЕК У ФУНКЦІОНУВАННІ БАНКІВ УКРАЇНИ**

Кризові явища в економіці України у 2014-2019рр. поглибили негативні процеси, наслідком яких стала потреба в очищенні банківської системи від фінансово нестійких та проблемних установ, що призвело до значного скорочення кількості банків. В результаті даних процесів кількість банків зменшилась із 113 у 2015р. до 75 у 2019 р. Банки з державною часткою суттєво наростили свої позиції через націоналізацію у грудні 2016 року ПАТ КБ "Приватбанк" і їх кількість склала 5 одиниць у 2019р. Установи іноземних банківських груп за 2015-2019рр. скоротились з 25 до 20 од. Наявність іноземного капіталу в банківській системі, поряд із вагомими перевагами мала і низку загроз, таких як надмірна

частка та кількість банків з російським капіталом. Кризові явища і загрози також супроводжували діяльність банків з приватним вітчизняним капіталом, кількість яких впродовж 2015-2019рр. скоротилася з 78 од. до 50 од. Такі установи залишалися найбільш чисельними, проте динаміка їх скорочення і виведення з ринку підтверджувала не лише недостатню конкурентоспроможність, але й проблеми фінансово-інвестиційного характеру.

Процедура виведення з ринку проблемних банків мала тривалий, багаторічний характер. У 2015р. до неплатоспроможних установ належали: ПАТ КБ “Фінансова ініціатива”, АТ “Родовід банк”, ПАТ “КБ “Хрещатик”, ПАТ “Банк “Юнісон”, у 2018р. - ПАТ КБ “Фінансова ініціатива” [1].

Проблеми капіталізації та диспропорції у структурі власного капіталу характерні для банків усіх груп та формують загрози, які зумовлені непокритими збитками й перевищенням статутного над власним капіталом. За 2015-2019рр. власний капітал державних банків зріс у 10,4 рази та склав 92133654 тис. грн. Статутний капітал у цей період збільшився у 4,7 рази і досягнув на кінець 2019р. 307787887 тис. грн., тобто перевищення над власним склало 3,3 рази. Нераціональна структура власного капіталу державних банків зумовлена щорічним високим абсолютним розміром збитків минулих років, розмір яких коливався від -56507714 млн. грн. у 2015р. до -238951208 млн. грн. у 2019р., що склало -638,7% та -259,4% у загальній структурі. Статутний капітал коливався від 744% у 2015р. до 334% 2019р. Відсутність прибутків спричинила й низьку частку резервного та інших фондів, яка збільшилась з 7,8% до 8,4%.

За нашими розрахунками, можна констатувати посилення монопольних позицій державних банків, оскільки їх частка у банківській системі України зросла з 9,32% у 2015р. до 45,87% у 2019р. Частка установ іноземних банківських груп впродовж останніх років залишалася значною і коливалася у межах 34,3% у 2015р., 50,8% у 2016р., 36,9% у 2017р., 41,5% у 2018р., 36% у 2019р. Доступ іноземного капіталу в банківську систему у розмірі понад 30% є загрозливим з позицій збереження безпеки національної фінансової системи та впливу на розвиток стратегічно важливих галузей економіки. Банки з приватним вітчизняним капіталом значно скоротили частку в банківській системі, яка складала 55,1% у 2015р. та 18,1% у 2019р. Такі установи щорічно знижували свої конкурентні позиції, втрачали надійність вагомість у функціонуванні системи та позиції у розвитку регіональних банківських систем. Неплатоспроможні банки знижували рівень капіталізації банківської системи, оскільки їх частка коливалася з 0,58% у 2015р. до -6,33% у 2019р.

В контексті забезпечення стабільності ресурсної бази та зобов'язань банків можна стверджувати позитивні про тенденції у нарощенні коштів клієнтів та поступове скорочення кредитів рефінансування. З позицій існуючих загроз та небезпек відзначаємо: 1) надмірну концентрацію коштів у 5-ти банках з державною формою власності – 55,5%; 2) значне зниження коштів, залучених на умовах субординованого боргу по банках усіх груп; 3) пріоритетне фінансування від НБУ банків з державною формою власності, яке коливалося з 32,7% у 2015р. до 98,7% у 2019р., тобто кредити від НБУ отримували переважно державні установи.

Загрозою у функціонуванні банківської системи залишалася щорічне зростання проблемних кредитів, які за 2016-2019рр. збільшились в 1,2 рази з 444667 млн. грн. до 530780 млн. грн. Згідно Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України максимальна частка проблемних кредитів у банківській системі країни не повинна перевищувати 7%. За останні роки питома вага таких кредитів становила близько 50% кредитного портфеля банків. Критична ситуація з обсягом проблемних кредитів склалася у банках з державною формою власності, так як їх абсолютна величини зросла у 2 рази з 198019 млн. грн. у 2016р. до 396903 млн. грн. у 2019р., що становило 77,2% та 63,5% сукупного кредитного портфеля й перевищило значення по банківській системі загалом (54% та 48,4%). В кредитному портфелі державних банків проблемна заборгованість стала домінуючою і спричинила не лише високий рівень ризиків та потребу у формуванні відповідних резервів, але й необхідність застосування сучасного інструментарію управління

проблемною заборгованістю й переорієнтацію активів на менш ризикові операції з цінними паперами. Наші розрахунки засвідчили значне скорочення проблемних кредитів у банках іноземних банківських груп, яке зменшилось у 1,9 рази з 205384 млн. грн. або 49,7% до 107476 млн. грн. або 32,5% сукупного обсягу усіх наданих кредитів. За останні роки такі установи зменшили проблемну заборгованість, яка стала нижчою, ніж по банківській системі в цілому. Банки з приватним капіталом за даний період мали найнижчий обсяг проблемної заборгованості, яка становила 36,8% або 13438 млн. грн. у 2016р. та 18,6% або 24401 млн. грн. у 2019р. Можна стверджувати, що після очищення банківської системи банки з приватним капіталом не лише нарощують обсяги кредитування, але й мають найменш проблемний кредитний портфель, частка якого у 2,6 рази нижча, ніж по банківській системі в цілому.

В активах банків України найбільшою загрозою стало значне нарощення проблемних кредитів, яке значно перевищувало рівень безпечного функціонування та зумовлювало низку негативних наслідків: зниження капіталізації, формування резервів у значних обсягах, застосування методів реорганізації та реструктуризації кредитів, зниження прибутковості та можливостей установ у фінансовому забезпеченні економічного зростання.

Діяльність банків України у період кризи 2015-2017рр. супроводжувалася масштабними збитками, які загалом становили -77935179 тис. грн., -160142782 тис. грн. та -25971898 тис. грн. У 2018-2019рр. банківська система отримала позитивний результат – чистий прибуток, який склав 15949950 тис. грн. та 59633508 тис. грн. Дослідження динаміки фінансових результатів за групами установ дозволило стверджувати, що в найбільшій мірі збитковість банківської системи у кризових умовах спричинили банки з державною часткою у розмірах 33,5% або -26166463 тис. грн., 84,7% або -135559387 тис. грн. 80,3% або -20650062 тис. грн.

Установи іноземних банківських груп у 2015-2017рр. функціонували і збитками у розмірах -42259449 тис. грн., -22374139 тис. грн., -4871401 тис. грн. У неокризовий період це зумовило 54,2%, 13,9%, 18,8% збитковості банківської системи. У 2018-2019рр. прибутки у розмірах 3618913 тис. грн. та 18513187 тис. грн. забезпечили на 22,7% та на 31% позитивний результат функціонування банківської системи України.

Функціонування банків з приватним вітчизняним капіталом лише впродовж 2 років негативно та не у значних розмірах впливало на результативність банківської системи, так як збитки становили -3465351 тис. грн. або 4,45% у 2015р. та -547978 тис. грн. або 0,34% у 2016р. У 2017р. лише банки цієї групи отримали прибуток у розмірі 1361315 тис. грн., що забезпечило на 5,2% зниження збитковості банківської системи. У 2018-2019рр. функціонування цих установ відбувалося у зоні прибутковості і забезпечило 4102231 тис. грн. або 25,7% та 5917975 тис. грн. або 9,9% прибутку банківської системи України. Отже, банки, які відносяться до малих та середніх, а часто і регіональних установ були більш гнучкими у відновленні докризових параметрів та позитивних результатів функціонування.

#### **Список використаних джерел**

1. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <https://www.bank.gov.ua>.

Дайновський Ю. А.

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### МАРКЕТИНГ І ЕКОЛОГІЧНІ ІННОВАЦІЇ

Одним з провідних засобів забезпечення збалансованого економіко-соціального розвитку суспільства стають екологічні інновації. У сучасному світі досягнення у будь-якій сфері діяльності людства не можуть бути успішними, якщо вони тим чи іншим способом не враховують екологічні аспекти. Розуміння зв'язку між сталим розвитком і одночасним збереженням і відновленням природного середовища знаходиться в основі сучасних маркетингових концепцій, зокрема, концепцій соціально-етичного, соціально-відповідального, холістичного, екологічного маркетингу.

Екоінновації тісно пов'язані з маркетингом, оскільки, з одного боку, маркетингові заходи необхідні для успішного впровадження цих інновацій, а, з іншого боку, створені в результаті інновації інноваційні продукти у процесі свого доведення до споживачів також потребують популяризації і комерційного визнання, тобто маркетингових зусиль. Отже, аналіз маркетингових аспектів екоінновацій є важливим і актуальним для успішної реалізації нововведень у всіх сферах суспільно-економічного життя.

Для характеристики екологічної ситуації в Україні і стану діяльності щодо її покращення скористаємося даними про індекс екологічної ефективності (ЕПІ) в розрізі країн світу. ЕПІ 2018 року охоплює 180 країн світу, він розраховувався за 24 показниками, які відображають стан навколишнього середовища і життєздатність екосистеми. За індексом ЕПІ зі 180 країн Україна займає 109 місце [1]. Цей результат серед усіх країн світу ще можна було б вважати мінімально задовільним, проте, якщо зробити порівняння лише європейських країн, то тут екологічна ситуація в Україні виглядає вкрай погано: з 43 країн Європи Україна посідає 41 місце у рейтингу.

На жаль, непоодинокі дослідження думок споживачів свідчать, що попри розуміння необхідності розвитку ринку продуктивних екологічних інновацій і декларування готовності відповідного сприяння, реальних дій у цьому напрямі від споживачів можна очікувати далеко не завжди. Це особливо характерно для українських споживачів, більшість з яких мають низьку платоспроможність. Так, за даними одного з проведених досліджень, 58,0 % населення не погоджується платити за екологічну продукцію більш високу ціну, 27,6 % погоджується платити додатково 5 % від звичайної ціни, 11,3 % – від 6 до 10 % від звичайної ціни, 2,5 % – від 11 до 15 %, 0,6 % – значно більше звичайної ціни [2], тобто реальну готовність споживачів економічно підтримувати виробництво екологічної продукції слід оцінювати як низьку.

Слід зазначити, що у сучасній практиці бізнесу є досить багато прикладів, коли декларування впровадження екологічних інновацій використовується перш за все з метою посилення маркетингового впливу на споживачів. Наприкінці ХХ століття виник такий напрям маркетингу, як грінвошинг. Це хоча і нешкідлива, але у той же час не зовсім добросовісна діяльність, пов'язана зі спекулюванням на суспільній значимості екоінновацій з метою просування на ринок продуктів з удаваними екологічними властивостями, це намагання представляти звичайні товари чи бренди як екологічно особливі. Про масштаби поширення грінвошингу свідчить введення низки норм в українське законодавство: за відсутності відповідної сертифікації заборонено використання позначень та написів “органічний”, “біодинамічний”, “біологічний”, “екологічний”, “органік” та/або будь-яких однокореневих та/або похідних слів від них з префіксами “біо-”, “еко-” тощо. Таке маркування вважається обманом покупця або замовника, тягне за собою накладення штрафу, а продукція підлягає вилученню. Реклама неорганічних продуктів як органічних,

використання відповідних слів у власних назвах та торговельних марках вважається недобросовісною рекламою.

Ефективним сучасним способом посилення маркетингового впливу на споживачів став екологічний брендинг. Серед останніх українських брендів – екологічних продуктивних інновацій, зроблених виключно з натуральних природних матеріалів можна відзначити в'язані сумки “Avoska”, одяг та аксесуари “Зерно”, жіночий одяг з натуральних матеріалів “Her”, глиняний посуд “Тут і тепер”, товари в стилі “нуль відходів” – “Ozero”, кавові окуляри “Ochis Coffee” (виготовлення окулярів з кави та льону) , сумки з водовідштовхувального паперу “EcoBag”, натуральний текстиль з конопляного волокна “DevoHome” [3].

З кожним роком з'являється все більше компаній, продуктів та сервісів, які за допомогою інновацій сприяють покращенню екологічної ситуації. У таких випадках відображення суті інновації абсолютно обґрунтовано стає центральним моментом маркетингової і рекламної кампанії. Так, у 2019 році:

- французький стартап R-PUR анонсував початок реалізації на ринках Гонконгу, Китаю, Південної Кореї та Японії спеціальних масок зі змінним фільтром, що блокує частинки розміром до 0,05 мкм, тобто до 0,00005 мм;

- у Сінгапурі компанією Smoking Cabin SG були впроваджені кабінки для курців, система фільтрації в яких активується від датчиків руху і дозволяє повністю очистити повітря, що виходить назовні;

- Ikea оголосила про виведення на ринок занавісок Gunrid, які під впливом електричного освітлення очищують повітря і знищують токсини у приміщенні;

- Індійська фірма Nanoclean Global приступила до виробництва нанофільтрів, що розташовуються у ніздрях людини і захищають її від забрудненого повітря, бактерій, пилу та алергенів.

Діяльність низки українських компаній охоплює такі сектори економіки, як вітряна електроенергетика, виробництво і експлуатація сонячних батарей, електротранспорт, і системи енергоефективності, системи вентиляції і кондиціонування, рішення для відновлюваної енергетики і “зеленого” будівництва. Українська компанія “Червона хвиля” виробляє деталі для літаків зі зменшеною кількістю викидів CO<sub>2</sub>. Фермерське господарство “Лиманськ” заснувало аквапонічну ферму, на якій продукти життєдіяльності риби використовуються замість хімікатів як природні добрива для вирощування зелені. Компанія “АГК Україна” винайшла пакування, що дозволяє відмовитись від холодильників під час перевезення і зберігання ліків. В українському ІТ-бізнесі тисячі фахівців працюють на “зелені” проекти для світового ринку. У 2019 р. компанія CLAP – розробник технології “розумного будинку”, була представлена у Швейцарії під час Давоського форуму.

Для просування екологічних товарів сучасні компанії використовують низку специфічних маркетингових прийомів, зокрема, створюючи певні “екологічні легенди”, повідомляючи про екологічну чистоту місцевості походження продуктів, акцентуючи увагу на виробничих ноу-хау, позиціонуючи виробника як продуцента виключно органічних товарів, персоналізуючи виробника (прізвище, фотографії конкретної родини, яка на приватній фермі виготовляє певний продукт і відповідає за його натуральність і якість), вживаючи у назвах товарів додатки Eco, Bio, Natur та ін., створюючи неочікувані екологічні властивості товарів, застосовуючи спеціальні місця продажу екологічних товарів.

Екологічно спрямований маркетинг в сучасних реаліях ще недостатньо сприяє розвитку і впровадженню екологічних інновацій. Для виправлення цієї ситуації необхідно ширше застосовувати екологічний брендинг, сприяти впровадженню у практику комплексу ефективних прийомів екологічного маркетингу.

#### **Список використаних джерел**

1. 2018 EPI Results. URL: <https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-topline>.
2. Мотиваційний механізм розвитку екологічно орієнтованої інноваційної діяльності. URL: [http://childflora.org.ua/?page\\_id=76](http://childflora.org.ua/?page_id=76).
3. Інатюв А. ТОП-10: українські еко-бренди, які піклуються про довкілля. 09.06.2019. URL: <https://shotam.info/top-10-ukrains-ki-eko-brendy-i-aki-pikluut-sia-pro-dovkillia/>.

## **ОСНОВНІ ТРЕНДИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ МАРКЕТИНГУ**

Динамічні зміни у розвитку технологій спричинили докорінні перетворення у способах та методах ведення бізнесу. В останні роки з'явилася велика кількість новітніх технологій, котрі почали активно використовуватися маркетологами для нарощування часток ринку та збільшення прибутковості компаній різних сфер діяльності. Важливо звернути увагу на п'ять основних трендів цифрового маркетингу, котрі, на наш погляд, неодмінно знайдуть своє широке застосування в Україні вже у найближчі роки.

**Застосування голосових асистентів та віртуальних помічників.** Технологічні досягнення останніх років у галузі комп'ютерної адаптації різних мов, інтерфейсів для розмов, автоматизації та машинного навчання дозволили віртуальним помічникам стати більш “розумними” та корисними. Майже третина з 3,5 мільярдів пошукових запитів, які здійснюються в Google щодня, – це голосовий пошук з використанням персональних голосових асистентів. Голосовий пошук відрізняється від звичайного настільного або мобільного пошуку. Коли користувач відкриває Google та вводить пошуковий запит, він часто отримує сотні сторінок результатів пошуку, в яких нелегко знайти насправді потрібну інформацію. На практиці письмові пошукові запити часто оформляються як перелік ключових слів. З іншого боку, Siri – персональний помічник і питально-відповідальний сервіс, адаптований під операційну систему iOS, коли йому поставити питання, запропонує лише один або кілька результатів. У випадку, якщо веб-сайт компанії є одним із них, рейтинг кліків (CTR) потенційно буде зростати. Тому пошукова оптимізація сайту компанії (SEO) саме для голосового пошуку є надзвичайно важливою. Для цього необхідно вписати у програму голосового пошуку загальнозрозумілі, розмовні фрази, котрі застосовуються у щоденному спілкуванні. Для ефективного застосування цієї технології маркетинговий контент сайтів та баз даних необхідно формувати у спосіб, який краще узгоджується з голосовим пошуком.

**Впровадження чат-ботів.** Чат-боти допомагають компаніям зменшувати витрати та покращувати обслуговування споживачів. Чат-боти швидше, ніж люди, дають відповіді, пов'язані з конкретними даними та приймають запити. Вони можуть навіть “проявляти” гумор та певні особистісні характеристики, пропонуючи персональне обслуговування будь-якому клієнту, який його потребує у будь-який час доби. Чат-боти можуть бути інтегровані з веб-сайтом, мобільним додатком або з платформою соціальних медіа. Вони також можуть накопичувати важливу інформацію про користувачів, яку згодом можна використати для вдосконалення маркетингових стратегій. Згідно з даними досліджень Grand View Research обсяг світового ринку чат-ботів у 2025 році досягне 1,2 мільярда доларів США при 24% щорічному темпі зростання. Дослідження встановило, що 45% компаній вважають за краще використовувати чат-боти як основний спосіб спілкування у сфері обслуговування споживачів. Також було підраховано, що в наступні 5 років приблизно 80% всього ділового спілкування з клієнтами буде здійснюватися через бот-месенджери. На тлі зростання ринку чат-ботів важливо зрозуміти, як їх можна ефективно інтегрувати у маркетингову стратегію компанії. Це може бути простий віртуальний помічник для обслуговування споживачів або навіть спосіб просування окремих функцій та пропозицій.

**Штучний інтелект та машинне навчання.** Машинне навчання та штучний інтелект сприяють все більш ефективному аналізу даних, полегшуючи маркетологам виконання завдання надавати своїм споживачам гіперперсоналізовані послуги. Маркетологи повинні дивитися на штучний інтелект як на інструмент, котрий дозволяє визначити, який саме контент споживає потенційний клієнт (чи це маркетинговий, інструкційний та технічний



контент, чи він створений іншим клієнтом), що у підсумку дозволить персоналізувати наявний досвід клієнтів та більш повно задовольняти їх потреби. Завдяки машинному навчанню замість того, щоб давати комп'ютеру ще більше команд, його необхідно програмувати на те, щоб він накопичував більше фактичної інформації про конкретного споживача та на основі неї моделював його купівельну поведінку. А щоб персоналізація машинного навчання була більш ефективною, маркетологи повинні розробляти власні "рецепти", які будуть закладатися у комп'ютерні програми, котрі, у свою чергу, будуть визначати та оцінювати цифровий досвід споживачів. Інтеграція штучного інтелекту з чат-ботами тільки посилить ефективність цих технологій у сфері маркетингу.

**Відео продовжує залишатись одним з найефективніших маркетингових інструментів.** Маркетологи давно помітили, що часовий проміжок утримання уваги споживачів короткий, і більшість з них вважають за краще дивитися відео, ніж щось читати. Потоківі відео здобуло в останні роки таку популярність, оскільки дозволило безпосередньо поєднати в інформаційному полі споживачів з будь-якими об'єктами, товарами чи послугами, котрі їх найбільше цікавлять. Потоківі відео (Streaming Video) – це технологія буферизації і стиснення даних, що дозволяє вести трансляцію мультимедійного контенту (відео) через Інтернет в режимі реального часу. Ця технологія у наш час повсюдно застосовується у сфері маркетингу. Пошук потенційних споживачів багато компаній сьогодні здійснюють у соціальних мережах. Тому такі платформи, як Facebook Live, Periscope та YouTube Connect, дали маркетологам раніше небачені можливості для досягнення цільових ринків. Багато експертів погоджуються з тим, що у 2020 році кількість каналів передачі потоківі відео буде зростати у геометричній прогресії, однак важливою перевагою у майбутньому стане оригінальність. Інтерактивне потоківі відео та креативний відеомаркетинг, які заохочують споживачів стати учасниками подій, вже найближчим часом випередять за популярністю традиційні рекламні відеоролики. Сучасні споживачі швидко втомлюються від традиційної відеореклами, тому виграють ті бренди, котрі запропонують відео, що зробить споживачів безпосередніми учасниками рекламної кампанії, перетворивши її у захоплюючу подію чи історію. Згідно з даними Hubspot важливість відео для маркетологів важко переоцінити. Просто додавання відео до листа електронної пошти збільшує показник кількості кліків на приголомшливих 200-300%, а розміщення його на цільовій сторінці (лендингу) збільшує коефіцієнт конверсії (співвідношення відвідуваності сторінки до кількості здійснених покупок / використання інформації) – на 80%.

**Доповнена та віртуальна реальність.** Ці дві цифрові технології поки ще не стали топовими у середовищі маркетологів, однак мають всі шанси ними стати вже у найближчому майбутньому. Доповнена реальність (Augmented Reality) – це зображення / відео, котре накладається за допомогою відповідного програмного забезпечення поверх реального, тоді як віртуальна реальність (Virtual Reality) – це повністю змодельована на комп'ютері нова реальність, котра транслюється за допомогою встановленого на голові користувача спеціального пристрою (маски, окулярів або шолома). Існує багато способів, за допомогою яких маркетологи можуть використовувати ці технології, щоб запропонувати споживачам цілком новий для них досвід. Технології доповненої або віртуальної реальності нерозривно пов'язані з відео, однак керує цим відео користувач, що надає йому можливість пережити цілком нові відчуття й емоції. Фахівці з маркетингу знають, що саме відчуття та емоції покупця є "ключем" до формування його лояльності. Глобальні компанії все частіше звертаються до технологій доповненої та віртуальної реальності для досягнення кращої поінформованості про бренд, а також при організації продажу окремих товарів. Наприклад, ІКЕА використовує ігрові технології віртуальної реальності з 2016 року. За допомогою програми для покупок, ІКЕА VR Experience, клієнти компанії можуть віртуально випробувати різні товари ІКЕА, перш ніж купувати їх. Досвід використання технології доповненої реальності є у компаній Nivea, Starbucks, Volkswagen та багатьох інших.

Впровадження цифрових технологій є ключовим трендом подальшого розвитку теорії і практики маркетингу. Менеджери компаній, котрі функціонують у різних галузях

економіки, усвідомлюють, що традиційні маркетингові інструменти в умовах трансформаційних змін не завжди забезпечують очікуваний результат на цільових ринках. На практиці маркетологам доцільно вивчати досвід галузевих конкурентів стосовно використання технологій цифрового маркетингу. Жоден бізнес не зможе застосувати їх усі й одразу. Доцільно зосередитися на одній із технологій, котра найкраще узгоджується з базовою маркетинговою стратегією компанії. З іншого боку, якщо ж у маркетинговій стратегії компанії немає місця для цифрових технологій, то їх запровадження не забезпечить досягнення поставлених цілей бізнесу та спричинить необґрунтовані витрати. Також необхідно враховувати специфічні характеристики цільових ринків, їх ставлення та обізнаність із цифровими сервісами. Доцільно провести маркетингове дослідження та досконало проаналізувати його результати, щоб дізнатися, чи цікавить потенційних споживачів доповнена реальність або ж спілкування з віртуальним голосовим асистентом, і тільки після цього приймати остаточне рішення про вкладення інвестицій у впровадження даних технологій.

#### Список використаних джерел

1. Kag Katumba. Marketing technology trends in 2019. URL: <https://www.smartinsights.com/managing-digital-marketing/marketing-innovation/marketing-technology-trends-in-2019/>.
2. Dave Chaffey. 8 business-critical digital marketing trends for 2019. URL: <https://www.smartinsights.com/managing-digital-marketing/marketing-innovation/business-critical-digital-marketing-trends/>.
3. Chatbot Market Size To Reach \$1.25 Billion By 2025 | CAGR: 24.3%. URL: <https://www.grandviewresearch.com/press-release/global-chatbot-market>.

**Шевчук В. О.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ ЧИННИКИ КОНТРАСТНОГО СПАДУ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ ЗІ СЕРЕДИНИ 2019 Р.

Приблизно з весни 2019 р. в Україні стрімко знизилися обсяги промислового виробництва (рис. 1). Таке явище пояснюється в широкому аналітичному діапазоні – від погіршення кон'юнктури світових ринків до нібито “надмірного” зміцнення гривні (у березні обмінний курс становив 27 грн. за долар, а наприкінці року – 24 грн. за долар), проте не менш переконливо виглядає гіпотеза про обумовленість занепаду вітчизняної промисловості зміною владної команди після президентських (квітень 2019 р.) і дострокових парламентських виборів (липень 2019 р.). Можна припустити, що це позначилося підвищенням ступеня невизначеності та побоювань щодо майбутнього розвитку подій, яке й зумовило згортання виробничих процесів.

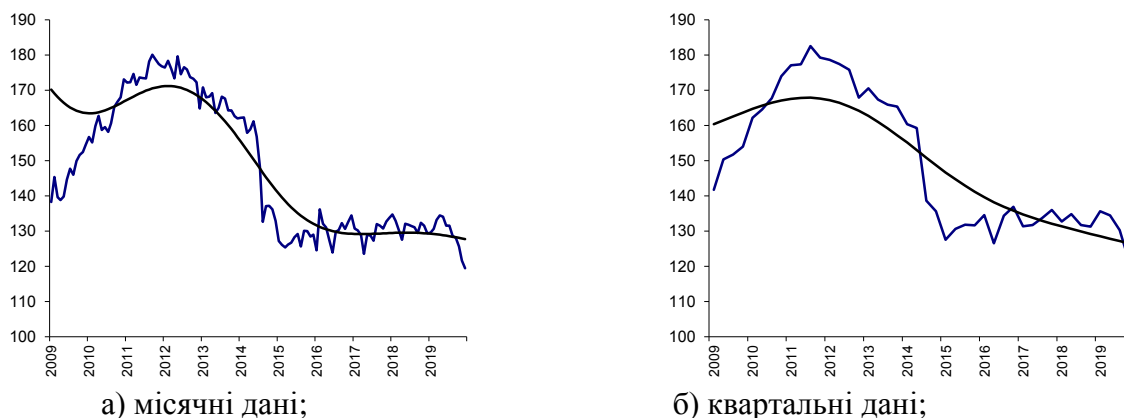


Рис. 1. Обсяги промислового виробництва в Україні (індекс, 1996=100) (розраховано за даними Держкомстату України ([www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)))

Для емпіричного тестування відповідних функціональних зв'язків використано місячні та квартальні дані за період 2010-2019 рр. В обох випадках простежується дуже контрастне падіння обсягів промислового виробництва з березня 2019 р., яке до кінця року призвело до зниження обсягів виробництва нижче попередніх історичних мінімумів. Певні відмінності між квартальними і місячними даними стосуються оцінки довгострокового рівноважного тренду. Якщо місячні дані показують стабілізацію промислового виробництва на рівні середніх значень 2016-2019 рр., то оцінки для квартальних даних такої стабілізації не виявляють. Проте в обох випадках немає сумніву щодо аномального спаду обсягів промислового виробництва у 2019 р. нижче рівноважного тренду.

За допомогою регресійного аналізу отримано такі результати:

а) місячні дані

$$\begin{aligned} \Delta IND_t = & 0,942\Delta IND_{t-1} - 0,073\Delta IND_{t-7} \\ & (27,04^{***}) \quad (-2,65^{***}) \\ & -0,098\Delta E_{t-3} - 0,086\Delta E_{t-4} - 1,574CRISIS_t, \\ & (-2,08^{**}) \quad (-1,81^*) \quad (-1,86^*) \\ & R^2 = 0,86 \quad ADF = -4,59^{***} \end{aligned} \quad (1)$$

б) квартальні дані

$$\begin{aligned} \Delta IND_t = & 0,597\Delta IND_{t-1} - 0,145\Delta IND_{t-4} + 0,738\Delta YEURO_{t-1} \\ & (6,04^{***}) \quad (-2,41^{**}) \quad (1,89^*) \\ & -0,183\Delta E_t - 0,239\Delta E_{t-1} - 5,771CRISIS_t, \\ & (-2,43^{**}) \quad (-3,03^{***}) \quad (-2,42^{**}) \\ & R^2 = 0,76 \quad ADF = -3,46^{***} \end{aligned} \quad (2)$$

де  $\Delta IND_t$  – темп зростання промислового виробництва (%),  $\Delta E_t$  – темп девальвації грошової одиниці (%),  $\Delta YEURO_t$  – темп зростання ВВП країн єврозони (%),  $\Delta CRISIS_t$  – фіктивна змінна для врахування особливостей періоду березня-грудня 2019 р.

Коефіцієнт детермінації  $R^2$  дещо вищий для регресії з місячними даними, але достатньо високий і для квартальних даних. В обох випадках тест Дікі–Фуллера (англ. Augmented Dickey-Fuller – ADF) показує стаціонарність залишків, що дозволяє адекватну інтерпретацію отриманих результатів.

Головний висновок полягає у тому, що особливості березня-грудня 2019 р. стали важливою причиною спаду промислового виробництва в Україні, причому квартальні дані показують обернений зв'язок на вищому рівні статистичної значущості (5%). Це означає, що так званий “електоральний Майдан”, коли українцям “сподобалось знуцання над політиками” [3], досить дорого обійшовся вітчизняній промисловості, яка навесні 2020 р. зустріла чергове випробовування епідемією COVID-19 у вкрай послабленому стані. Зрозуміло, що це передбачає підвищену гостроту кризових явищ у 2020–2021 рр.

Не виключено, що до гальмування динаміки вітчизняної промисловості спричинилося сповільнення економік єврозони. Залежність між обома показниками досить істотна: кожен відсоток спаду ВВП єврозони призводить до зниження обсягів вітчизняного промислового виробництва на 0,7 вп. Проте внесок країн єврозони у погіршення динаміки вітчизняної промисловості в 2019 р. мінімальний, адже деяке сповільнення темпу зростання ВВП з 1,3% в 2019Q1 до 1% в 2019Q2 було компенсовано наступним прискоренням до 1,5% в 2019Q3.

Немає жодних підстав пов'язувати минулорічний спад у промисловості зі зміцненням гривні, як це досить часто стверджується [1, 2]. Насправді все якраз навпаки: промислове виробництво стимулює не девальвація гривні, а її зміцнення. Негативний ефект від девальвації гривні триває з'являється через три місяці і триває приблизно два квартали. Оскільки минулого року зміцнення гривні становило в середньому 3% щокварталу, це

дозволило обмежити динаміку спаду промислового виробництва приблизно на 1,2 вп. Звичайно, цього недостатньо для нівелювання наслідків “електорального Майдану” та пов’язаних з цим супутніх явищ, але принаймні частково негативний вплив було знівельовано.

#### **Список використаних джерел**

1. Гужва І. Гривня зміцнюється, але чи варто радіти? *Дзеркало тижня*. 2020. 4 січня. URL: [https://dt.ua/ECONOMICS/grivnya-zmicnyuetsya-ale-chi-varto-raditi-334708\\_.html](https://dt.ua/ECONOMICS/grivnya-zmicnyuetsya-ale-chi-varto-raditi-334708_.html).
2. Компанієць В. З якою економікою Україна починає рік. *Дзеркало тижня*. 2020. 6 січня. URL: [https://dt.ua/business/ekonomanaliz-z-yakoju-ekonomikoju-ukrayina-pochinaye-rik-334802\\_.html](https://dt.ua/business/ekonomanaliz-z-yakoju-ekonomikoju-ukrayina-pochinaye-rik-334802_.html).
3. Руденко С., Сарахман Е. Євгеній Головаха: феномен Зеленського – своєрідний “електоральний Майдан”. *Українська правда*, 18 квітня 2019 р. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2019/04/18/7212520>.

**Яремко Л. А.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### **ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРИКОРДОННИХ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ**

Регіональний формат господарської діяльності став складовою зовнішньоекономічної діяльності країни. Регіональний розвиток в сучасних умовах розглядається в контексті не тільки національних, а й світових соціально-економічних процесів. Завдяки вигідному геополітичному положенню Україна має великі потенційні можливості, спрямовані на розвиток зовнішньоекономічних відносин з країнами – сусідами і має найдовшим серед європейських країн зовнішній кордон.

Країнами ЄС накопичено значний досвід співробітництва прикордонних регіонів, який знайшов своє відображення в засадах функціонування та організаційно-інституційного забезпечення транскордонного співробітництва. За тривалий період співпраці з країнами ЄС та запозичення їх досвіду (перший в Україні єврорегіон “Карпатський єврорегіон” було створено ще у 1993 році), відбулося становлення та розвиток ряду структуротворчих елементів відносин в рамках транскордонного співробітництва, у тому числі – з метою стимулювання зовнішньоекономічної діяльності. Це, зокрема, розвиток елементів інституційного середовища, розбудова інфраструктури, формування основ транскордонного бізнесу, підготовка фахівців. Створено єврорегіони майже з усіма країнами – сусідами. На жаль, слід відзначити низьку ефективність цих структур в частині розвитку саме зовнішньоекономічного співробітництва, що свідчить про ряд проблем, пов’язаних із функціонуванням транскордонних регіонів. Серед основних проблем слід відзначити не вирішені питання розвитку транскордонних ринків, методів ведення транскордонного бізнесу, впливу на транскордонну діяльність місцевих громад, інформаційного супроводу зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Єврорегіони, створені за участю прикордонних територій України, через значну кількість учасників та різного кола їхніх інтересів, а також в силу специфіки політичних чинників впливу мали негативні тенденції свого формування та функціонування [1]. Так, серед цілей їх діяльності не було чітких, однозначних та узгоджених інтересів регіонів – учасників. Натомість, в силу складної економічної ситуації, між ними спостерігалася конкуренція за фінансові та інші ресурси не лише на міждержавному рівні, але й серед прикордонних регіонів однієї держави. Крім того, їм так і не вдалося сформувані спільні стратегії просторового розвитку в рамках відповідних транскордонних регіонів. Ще одним суттєвим недоліком є значні відмінності в рівні розвитку прикордонної інфраструктури окремих країн на спільному кордоні, які, в рамках функціонування єврорегіонів, вже давно б мали стертися. Така ж проблема спостерігається щодо підприємницької та інформаційної

інфраструктури. Впродовж тривалого часу не можливим є створення єдиного ринку праці шляхом взаємного визнання професійної кваліфікації людських ресурсів в межах діючих єврорегіонів через низку об'єктивних (рівень освіти, рівень заробітної плати) та суб'єктивних причин (мотивація до роботи, бажання уникнути оподаткування, менталітет).

Таким чином, єврорегіони, сформовані на кордоні між Україною та її сусідами, з одного боку, не виконують всіх тих завдань, що покладаються на єврорегіони в державах ЄС, але в той же час, беруть на себе частину функцій з поглиблення зовнішньоекономічної діяльності в межах відповідних транскордонних регіонів, що дозволяє розглядати їх як важливий елемент інституціоналізації зовнішньоекономічних зв'язків у цих транскордонних регіонах в умовах виходу України на зовнішні ринки [1].

Поряд з єврорегіонами важливим механізмом становлення зовнішньоекономічних зв'язків у прикордонних регіонах слід визнати створення різного роду преференційних економічних режимів. Основними з них, які використовувалися в Україні з метою господарського розвитку прикордонних регіонів та активізації їх зовнішньоекономічної діяльності, можна вважати створення спеціальних економічних зон і територій пріоритетного розвитку. У світовій практиці також активно використовуються безмитні зони, транскордонні технопарки та бізнес-інкубатори, елементи яких упродовж останніх двадцяти років знайшли своє часткове застосування і в Україні.

Запровадження дії преференційних режимів у транскордонних регіонах має на меті стимулювати процеси іноземного інвестування, залучення та освоєння нових технологій, імпорту високотехнологічного обладнання, що, в свою чергу, призводить до збільшення обсягів транскордонної торгівлі товарами і послугами.

Важливою складовою розвитку зовнішньоекономічних зв'язків у транскордонних регіонах є розвиток прикордонної торгівлі. Прикордонна торгівля має ряд специфічних, властивих лише їй факторів активізації та диверсифікації зовнішньоекономічних зв'язків у регіоні. Вона стимулює формування ділових зв'язків на рівні індивідів – мешканців прикордонних територій сусідніх держав та формування стабільних відносин для здійснення ними зовнішньоекономічних зв'язків в межах транскордонного регіону. Важливою перевагою такої торгівлі як складової зовнішньоекономічної діяльності є низькі витрати на розгортання цього виду підприємницької діяльності в рамках прикордонного регіону [1]. Тому прикордонна торгівля забезпечує стійкі відносини в умовах змін зовнішнього середовища і здатність функціонувати навіть в кризових ситуаціях.

Важливо розвивати в Україні нові форми транскордонної співпраці, такі як транскордонні кластери, транскордонні партнерства та транскордонні промислові зони.

Транскордонний кластер є формою інтеграції незалежних компаній та інституцій, що географічно зосереджені у транскордонному регіоні, спеціалізуються у різних галузях, пов'язані спільними технологіями та навичками і взаємодоповнюють одна одну за наявності погодженої стратегії розвитку учасників кластера [2]. Особливістю транскордонних кластерів є те, що їх учасники розташовані у різних податкових, митних, законодавчих середовищах сусідніх країн, однак можуть мати спільні підприємства та організації, користуватися спільною інфраструктурою і функціонують на транскордонних ринках. Бар'єрами для налагодження співпраці можуть бути різний менталітет, традиції, мова, культура, негативні сторінки історії тощо. Важливою характеристикою кластерів є те, що компанії, зосереджені на транскордонній території, конкурують одна з одною, але у той самий час співпрацюють у тих сферах, де можна використати ефект синергії спільних дій (наприклад, спільні дослідження та розробки). Конкуренція не виключає взаємодії і може стати рушійною силою розвитку. Така форма транскордонного співробітництва, поширена на європейських кордонах, де її мета – прискорити економічне зростання шляхом об'єднання зусиль учасників, забезпечення конкурентних переваг транскордонним регіонам.

Транскордонні партнерства є організаційною формою транскордонного співробітництва, яке здійснюється на засадах добровільної співпраці двох чи більше територіальних громад, їх представницьких органів, місцевих органів виконавчої влади, громадських організацій,

юридичних і фізичних осіб, що розташовані по різні боки кордону та діють на основі угоди з метою виконання спільних проектів і програм, спрямованих на вирішення соціальних, благодійних, освітніх, наукових та управлінських завдань. Європейський досвід засвідчує значний позитивний вплив транскордонних партнерств на розвиток прикордонних регіонів, зокрема, в частині підвищення конкурентоспроможності економіки в межах усього транскордонного простору, активізації інноваційних процесів і запровадження механізмів узгодження інтересів влади, бізнесу, науки при розробці стратегічних програм розвитку транскордонних регіонів [3].

Політика використання транскордонних промислових зон отримала найбільшого поширення у прикордонних регіонах західної Європи і, як свідчить практика, значною мірою сприяє економічному розвитку цих територій, стимулюючи їх інноваційно-інвестиційний розвиток, використання наявних ресурсів та сприяє створенню робочих місць у периферійних, віддалених від центру районах.

Інтенсивність співробітництва може мати як позитивний, так і негативний вплив на стан економічної безпеки прикордонної території. Характер цього впливу залежить від функціональних зв'язків між індикаторами економічної безпеки і рівнем розвитку транскордонного співробітництва, а також від економічної політики в рамках обох країн.

Географічне розташування та наближеність західних областей України до кордонів ЄС сприятиме посиленню транзитного потенціалу. Транзитний потенціал України має високу перспективність та цінність, його ефективна реалізація дасть змогу не тільки додатково одержати значні фінансові ресурси, але і зайняти достойне місце серед провідних країн-транзитерів, використати переваги свого сприятливого геополітичного та гео економічного розташування.

#### **Список використаних джерел**

1. Гоблик В. В. Механізми становлення зовнішньоекономічних зв'язків у транскордонних регіонах в умовах європейської інтеграції України. *Міжнародний науковий вісник*. 2017. № 3. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/19915>.
2. Козик В. В., Мицишин О. Л. Транскордонні кластери: сутність та особливості. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2017. № 875. С. 153–160. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/handle/ntb/43833>.
3. Рекомендації щодо впровадження нових форм транскордонного співробітництва; За ред. Н. Мікули. Львів: ІРД НАН України, 2010. С. 55–60.

**Балук Н. Р.**

к.е.н., доцент,

**Дайновський Ю. А.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **КОМУНІКАЦІЇ СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ В ДОШКІЛЬНІЙ ОСВІТІ**

Розвиток дошкільної освіти у вітчизняній освітній системі залишається одним із пріоритетних та найпроблематичнішим. Згідно з законодавчими документами (Законами України "Про освіту", "Про дошкільну освіту", "Про охорону дитинства", Національною стратегією розвитку освіти України до 2021 р., Базовим компонентом дошкільної освіти в Україні) основними завданнями у цій сфері визначено забезпечення обов'язковою дошкільною освітою дітей старшого дошкільного віку із створенням належних умов, дієвістю особистісно орієнтованої освітньої системи, реалізацією принципів демократизації, гуманізації та індивідуалізації, інтегративності педагогічного процесу в закладі дошкільної освіти.

Нововведення загострило існуючу проблему браку місць у дитячих садочках. У 2016-2018 рр. кількість закладів дошкільної освіти в Україні залишалась незмінною – 14,9 тис. од., при цьому кількість місць у цих закладах незначно збільшилась – у 2018 р. на 4,7% у порівнянні з 2015 р. [1]. Таке зростання відбулось за рахунок збільшення кількості дітей у групах та

розширення кількості груп у тій самій кількості дитячих дошкільних закладів. Загалом у 2018 р. лише 58% дітей відповідного віку було охоплено наявною кількістю дитячих садків, що на 1% менше рівня 2017 р. У Львівській обл. показник охоплення дітей закладами дошкільної освіти менший загальноукраїнського і станом на 2018 р. становив 52% (рис. 1) [1; 2].



Рис. 1. Охоплення дітей закладами дошкільної освіти в Україні загалом та у Львівській обл. зокрема у 2010-2018 рр., у відсотках до кількості дітей відповідного віку

Тенденція до перевантаженості дошкільних навчальних закладів та вимоги до надання якісної дошкільної освіти в інфраструктурі освітньої системи зумовлює посилений ріст приватних установ. Такі заклади часто є хорошою альтернативою на ринку послуг для дошкільнят і створюють для державних та інших приватних садків здорову конкуренцію у підвищенні якості освітнього процесу та організації корисного дозвілля. Приватні дошкільні заклади диференціюються залежно від спектра послуг, що надаються. Є приватні садки “повного циклу”, що працюють повний день – з ранку до вечора з наданням повного комплексу послуг – утримання, виховання та освіта, і садки “неповного циклу” для короткочасного перебування, куди ходять “домашні” діти для розвитку та навчання.

Основними проблемами дошкільної освіти в приватному секторі є: відсутність ліцензії на ведення діяльності, оскільки більшість приватних садків не здатні забезпечити виконання таких завдань як відповідність рівня дошкільної освіти вимогам Базового компонента дошкільної освіти; створення сприятливих умов розвитку, виховання та навчання дітей (режим роботи, умови фізичного розвитку і зміцнення здоров’я повинні відповідати санітарно-гігієнічним вимогам); формування у дітей гігієнічних навичок та основ здорового способу життя, привчання їх до безпечної поведінки; сприяння збереженню і зміцненню здоров’я, розумового, психологічного і фізичного розвитку дітей; здійснення соціально-педагогічного патронату, взаємодії із сім’єю, поширення психолого-педагогічних знань.

Принципи, на яких базується сучасна маркетингова діяльність в дошкільній освіті: надання послуг, які відповідають попиту громадськості; задоволення потреб співпраці з користувачами послуг; орієнтація на досягнення забезпечення якісної дошкільної освіти; забезпечення конкурентоздатності ДНЗ на ринку освітніх послуг на тлі гнучкої стратегії управління; створення і підтримка іміджу ДНЗ; інформування реальних і потенційних споживачів про освітні послуги через різні види реклами тощо.

Для більшості приватних дошкільних закладів відсутність ліцензії не є перешкодою для здійснення інтенсивної маркетингової діяльності з метою залучення максимальної кількості споживачів. До основних комунікаційних технологій приватних дитячих садків можна віднести:

- використання Інтернет-платформ та соціальних мереж (Instagram, Facebook, YouTube, Pinterest та ін.) із залученням блогерів-лідерів думок;
- PR-інструменти (розміщення статей у профільних ЗМІ, проведення благодійних та соціальних проектів тощо);

- участь у виставково-ярмаркових експозиціях;
- event-marketing (День відкритих дверей, святкові заходи, концерти, олімпіади, спортивні змагання, сімейні вечірки, зустрічі з цікавими особистостями тощо);
- стимулювання збуту на додаткові послуги дошкільних закладів.

Сучасні маркетингові інструменти дають можливість закладам освіти вивести на якісно новий рівень процес взаємодії з оточуючим середовищем, побудувати ефективні канали комунікації для власного позиціонування.

Маркетингові комунікації покликані не лише продавати товар, послугу, ідею тощо, вони здатні впливати на кожен аспект життя людини. Для дошкільних закладів у приватному секторі використання комунікаційних технологій повинно гармонійно поєднуватися з принципами соціально-відповідального маркетингу, концептуально запровадженого за замовчуванням. Специфіка надання послуг дошкільної освіти та застосування відповідального маркетингу ґрунтуються на споріднених принципах, які мають враховувати якісне і повне задоволення потреб як зовнішніх, так і внутрішніх споживачів. Також важливо враховувати вимоги до створення безбар'єрного інклюзивного простору для усіх дітей відповідного віку у навчальній та виховній діяльності дошкільних закладів.

#### **Список використаних джерел**

1. Заклади дошкільної освіти. Державний комітет статистики України. 2019. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Заклади дошкільної освіти у Львівській області (1995-2018 рр.). Головне управління статистики у Львівській області. 2020. URL: [https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/inf\\_2009.php?vid=1&code=19&ozn\\_news=1&show=1&show2=1](https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/inf_2009.php?vid=1&code=19&ozn_news=1&show=1&show2=1).

**Басій Н. Ф.**

к.е.н., доцент,

**Дайновський Ю. А.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **НАПРЯМИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ В РЕКЛАМІ**

Реклама, як і будь-який інший інструмент комунікаційної політики підприємства, вимагає прийняття низки послідовних рішень. Написання рекламного звернення – це лише незначна частина рекламної діяльності, яка є видима для цільової аудиторії. Більшість дій залишаються “під водою”, якщо проводити аналогію з айсбергом. Ці дії та рішення стосуються мети і завдань рекламної діяльності підприємства, вибору цільових аудиторій, структури рекламного звернення та каналів його поширення, контролю за ефективністю реклами тощо. Усі названі рішення повинні прийматись на основі постійного стратегічного аналізу середовища діяльності підприємства, адже виважене та обґрунтоване рішення можна прийняти лише на основі повної та вичерпної інформації.

Фахівці різних сфер діяльності стверджують, що правильне виваження рішення – це 90% інформації і лише 10% досвіду та інтуїції. Проте, потрібна інформація не завжди є у наявності, надходить запізно або дорого коштує. Тому виникає необхідність у проведенні власних досліджень. За їх допомогою рекламодавці мають змогу чіткіше розрізнити характеристики різних груп споживачів і точніше передбачити результати впливу на них тих чи інших звернень.

Дослідження у сфері реклами, зазвичай, здійснюються у чотирьох основних напрямках: дослідження споживачів як цільової аудиторії реклами, дослідження товарів і послуг як предмета реклами, дослідження ринку в рекламі та дослідження засобів реклами.

Не викликає жодного сумніву необхідність здійснення усіх видів досліджень, проте саме дослідження споживачів повинно бути основою всієї комунікативної діяльності підприємства, зокрема і реклами. Важливість дослідження споживачів у рекламі обумовлюється тим, що рекламодавець зазвичай не має прямого контакту з цільовою аудиторією та не може отримувати інформацію про потреби споживачів, їх думки та звички,



особливості їхньої купівельної поведінки. Тому дослідження відіграють роль основного робочого інструмента у створенні ефективної реклами.

Споживач – основна фігура в системі маркетингу. Уся політика маркетингу полягає у спрямуванні дій на кінцевого споживача. В тому числі і широкий спектр засобів комунікації та реклами створюється з однією метою – найефективнішим способом залучити споживача та максимально задовольнити його потреби. Усі інші цільові аудиторії (наприклад, маркетингові посередники, контактні аудиторії тощо) є лише допоміжними і вплив на них здійснюється для посилення дії на споживача.

Основними складовими досліджень споживачів як цільової аудиторії реклами є: вивчення приналежності споживача до певного сегмента ринку, аналіз процесу впливу реклами на споживача. Важливим напрямом дослідження споживачів у рекламі також є вивчення купівельної поведінки споживачів саме як цільової аудиторії реклами. Ці дослідження мають на меті виявити групи найбільш імовірних покупців пропонованого товару, допомагають зрозуміти, як саме споживачі сприймають товари фірми та товари конкурентів, а також виявити, на який результат розраховує споживач, приймаючи рішення про купівлю, і, відповідно, використати у рекламних зверненнях ті чи інші мотиви.

Вивчення купівельної поведінки споживача як цільової аудиторії реклами повинно включати такі складові:

1. Визначення рівня обізнаності покупця з асортиментом товарів. Потенційний покупець може бути знайомий з усіма марками, знайомий з деякими марками, не знайомий з жодною маркою, або ж взагалі нічого не знати про такий товар. Залежно від того, який рівень обізнаності покупця, визначається основне завдання рекламних звернень – інформувати, переконувати чи нагадувати про товар чи послугу.

2. Дослідження схеми прийняття рішення про купівлю. Згідно з теорією поведінки споживача, можливі два варіанти – вольова та імпульсивна схема. Вольова схема передбачає, що споживач приймає рішення про купівлю на основі вивчення значної кількості інформації про сам товар, його виробника, місце та умови купівлі тощо. За такою схемою зазвичай купують товари тривалого користування, або товари, які мають велике значення для споживача. Імпульсивна схема купівельної поведінки передбачає, що купівля здійснюється за формулою “прийшов – побачив – купив”. Тобто практично відсутні етапи збору та аналізу інформації, рішення приймається майже миттєво. Визначення, за якою саме схемою – вольовою чи імпульсивною – приймається рішення споживачем допомагає визначити факти впливу реклами: більше інформації та фактів у рекламних зверненнях чи більший наголос на емоції.

3. Визначення, на якій стадії перебуває покупець у процесі прийняття рішення про купівлю товару. Перелік цих стадій включає такі етапи: виникнення або відсутність потреби; пошук інформації; оцінка варіантів; прийняття рішення про купівлю; купівля; враження після купівлі. Залежно від того, на якій стадії перебуває покупець у процесі прийняття рішення про купівлю, визначається мета реклами: викликати попит, стимулювати збут тощо.

4. Вивчення того, як покупець приймає рішення: самостійно чи під впливом так званих радників. Радники – це специфічна цільова аудиторія комунікацій підприємства. Це особи та організації, які самі можуть не бути споживачами рекламованого товару, але можуть здійснювати вплив на рішення інших осіб. Відповідно до цього, рекламні звернення можуть адресуватись не тільки безпосередньому споживачу але і його оточенню.

5. Визначення, які саме фактори можуть вплинути на остаточне рішення покупця: якість товару та його асортимент, сервісне обслуговування, особливі специфічні властивості товару, ціна, заходи комунікаційної політики тощо. Це дає змогу виявити мотиви, на які слід зробити особливий наголос у рекламних зверненнях, та інструменти впливу на купівельну поведінку споживачів на етапі безпосередньої купівлі.

Таким чином, можна стверджувати, що ефективність комунікаційної політики загалом та реклами зокрема значною мірою залежить від того, на скільки фахівці вивчили та зрозуміли особливості поведінки споживачів та врахували її при виробництві товару та його просуванні.

## **ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Протягом останніх десятиріч в Україні спостерігається ефективний розвиток інформаційної сфери як особливої системи суспільних відносин. Цей процес передбачає отримання, використання, поширення та зберігання інформації, закріплення законодавчого права особи на інформацію та її вільне поширення в країні та за кордоном, трансформації моделі взаємовідносин між органами державної влади та засобами масової інформації, створення національних систем і мереж інформації тощо.

Мета роботи полягає у необхідності теоретичного обґрунтування пріоритетних напрямів інформатизації українського суспільства.

На сучасному етапі в Україні здійснюються цілеспрямовані заходи з розбудови інформаційного суспільства. Рейтинг України в 2018 р. за індексами, які характеризують розвиток інформаційно-комунікаційних технологій в порівнянні з сукупністю інших країн (139 країн) становить: глобальний індекс конкурентоспроможності (WEF Global Competitiveness Index) 89 місце; індекс технологічної готовності (WEF Technological Readiness Index) 83 місце; індекс мережевої готовності (WEF Networked Readiness Index) 90 місце; готовність уряду (Government readiness) 122 місце [1].

Стрімкий прогрес цифрових технологій дедалі швидше змінює довколишній світ. Завдяки безлічі наукових відкриттів, конструкторських рішень, креативних ідей розвивається сектор інформаційних технологій і телекомунікацій. Його щорічне зростання становить 25%, а ІТ-бренди є ефективними бізнес-проектами останніх десятиріч. Більшість аналітиків вважають ринок праці у сфері ІТ найбільш перспективним у ХХІ ст., що підтверджується 30-50 % динамікою навіть в умовах економічної скрути [2].

Торгівля електронними послугами є надзвичайно привабливим сектором для інвесторів через незначний рівень необхідних першочергових капіталовкладень. Однак варто зазначити окремі проблеми у цій сфері, а саме недостатня розвиненість телефонної інфраструктури, недосконала освідченість підприємців у сфері ринку, недостатня кількість менеджерів та обслуговуючого персоналу, здатного ефективно працювати на ринку електронних послуг.

Основними тенденціями розвитку ринку комп'ютерних технологій є масовий перехід покупця з офлайну в онлайн; розвиток email-маркетингу; зростання частки мобільних транзакцій (покупка через планшет чи смартфон), замовлення послуг в Інтернеті; впровадження електронних закупівель. За прогнозами експертів, ринок комп'ютерних технологій та електронної торгівлі продовжує зростати. Так, наприклад, більшість країн світу мають частку електронної торгівлі в розмірі 10-15% роздрібною торгівлі, в Україні у 2018 р. цей показник становив 3%) [3]. Таким чином, збільшення кількості онлайн-магазинів, які пропонують товари є позитивною рисою розвитку економіки і сприяє підтримці національного виробника. Електронна комерція дає змогу чітко простежувати динаміку ринку товарів та послуг, а також передбачає наявність цільової аудиторії інтернет-користувачів.

В Україні стрімко формується масова інтернет-аудиторія, яка за своїми основними параметрами є подібною до розвинених країн. Ринок комп'ютерних технологій змінюється бурхливими темпами. Лідерами у досліджуваній сфері є США, Німеччина, Великобританія. Рівень охоплення населення мережею Інтернет у розрізі окремих країн представлений на рис. 1.

Аналізуюючи рис. 1 бачимо, що рівень охоплення населення мережею Інтернет у Великобританії становить 92,6%, в США – 88,5%, у Канаді – 88,5%, у Франції – 86,4%, у

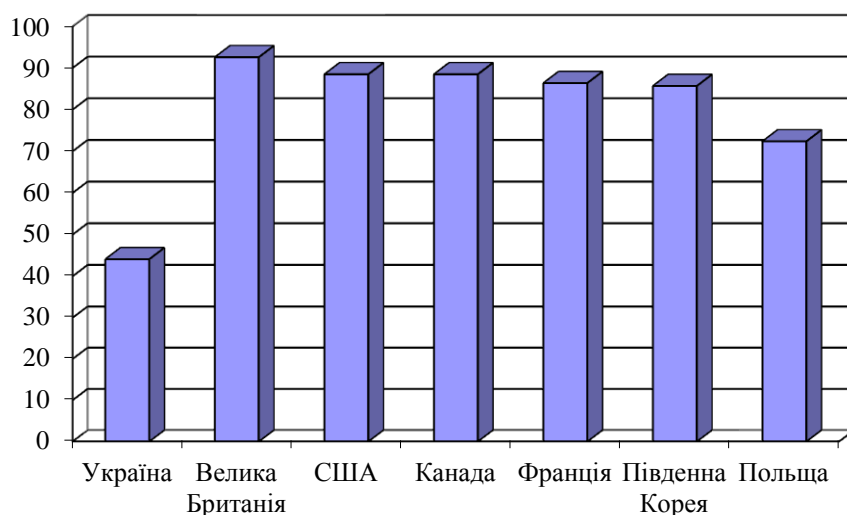


Рис. 1. Показники рівня охоплення населення мережею Інтернет в країнах світу, 2018 р., %

Південній Кореї – 85,7%, у Польщі – 72,4%, в Україні – 43 % [2].

Соціальними мережами користуються 29% жителів України – 13 млн осіб. З них за допомогою мобільного телефону у соцмережі виходять 22% населення – 9,5 млн. З січня 2017 р. по січень 2018 р. кількість користувачів соцмережі Facebook збільшилася на 71%. Загальна кількість активних користувачів соцмережі становить 13 мільйонів. Кількість користувачів Instagram зростає за цей період на 16% і становить 7,2 млн. Динаміку зростання Інтернет користувачів за 2004-2018 рр. представлено на рис. 2.

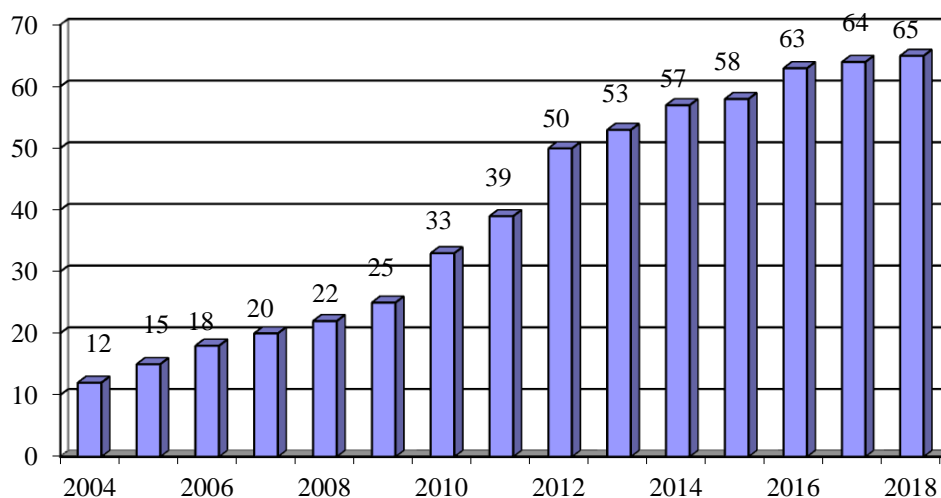


Рис. 2. Регулярні користувачі, що використовують Інтернет один раз в місяць і частіше, 2004-2018 рр., %

Аналізуючи рис.2 бачимо, що в 2018 р. частка регулярних користувачів мережі Інтернет становить 65% (21,35 млн. осіб старше 15 років), частка користувачів, у яких наявний інтернет вдома, – 67% (21,9 млн. осіб віком старше 15 років). Рівень проникнення інтернету в Україні становив 64,9% (кількість регулярних інтернет-користувачів віком старше 15 років на 100 жителів) [2].

Розвиток ринку комп'ютерних технологій демонструє чимало недоліків і проблем. Ефективність цього ринку залежить від рівня розвитку інформаційної інфраструктури. Підґрунтям розвитку ринку комп'ютерних технологій є активізація використання населенням інформаційних технологій та мережі Інтернет. Промислово розвинені країни мають ефективну державну інформаційну політику. Уряди країн, що розвиваються, є на шляху до її створення та гармонізації до сучасних стандартів [4]. Для глобальної електронної

комерції, спрямованої на захоплення нових ринків як розвинутих країн, так і країн, що розвиваються, необхідна насамперед розвинута інфраструктура комунікацій. У більшості промислово розвинутих країн (США, Канада, Японія, Фінляндія) інфраструктура електронної комерції широко розгорнута і швидко модернізується шляхом впровадження інноваційних технологій. Однак, у країнах, що розвиваються, відзначається низький рівень розвитку інформаційних технологій і телекомунікацій, що обмежує їхню участь в електронній комерції як на внутрішньому, так і на світовому ринку.

Українська ІТ-індустрія як невід’ємна частина глобальної економіки залежить від знань та навичок фахівців, які працюють у галузі, а подальший фінансовий успіх – від кількості та якості кадрів. Тому розвиток кадрового капіталу в Україні – одне з головних завдань вітчизняного ринку ІТ-послуг [5]. Наразі в Україні відсутнє галузеве регулювання індустрії розробки програмного забезпечення. ІТ-компанії працюють у рамках загального законодавчого поля України: до окремих бізнес-процесів застосовують вимоги, встановлені у відповідних нормативно-правових актах (податкове, митне, валютне законодавство тощо).

Таким чином, до пріоритетних напрямів розвитку інформаційного сектора в Україні слід віднести наступні заходи держави:

- визначення стратегічних цілей розвитку галузі ІКТ та окремих її сегментів з урахуванням позицій та інтересів споживачів, держави і бізнесу;
- розробка пропозиції щодо конкретних шляхів розвитку галузі ІКТ та окремих її сегментів;
- сприяння прозорості діяльності органів державної влади;
- розвиток ефективних форм діяльності громадських та координаційних рад при відповідних органах виконавчої та законодавчої влади та інших структурах взаємодії громадськості та держави;
- сприяння формуванню соціальної відповідальності держави та бізнесу з питань функціонування та подальшого розвитку галузі ІКТ;
- координування діяльності громадських організацій та професійних об’єднань, що працюють у різних сегментах ІКТ-ринку;
- популяризація ідеї інформаційного суспільства в Україні з метою широкого залучення представників бізнесу та громадськості до вирішення завдань його розбудови тощо.

Загалом можна зробити висновок, що протягом останніх років Україна стабільно утримує середні позиції у світових рейтингах розвитку інформаційного суспільства. Становлення економіки України на сучасному етапі відбувається значною мірою за рахунок розвитку інтелектуальної діяльності, підвищення технологічного рівня виробництва та поширення сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій. В Україні відбувається стабільний розвиток і структуризація сегментів вітчизняного інформаційного ринку як системи економічних, організаційних і правових відносин щодо створення, продажу та купівлі інформаційних ресурсів, технологій та інформаційних послуг.

#### **Список використаних джерел**

1. Веб-сторінка українського порталу *vigmir.net*. URL: <http://www.vigmir.ua>.
2. Веб-сторінка державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Дослідження ринку електронної комерції. URL: <http://hub.kyivstar.ua/?p=13562>.
4. В Україні вирівнюється “цифровий розрив” між різними соціальними групами в користуванні інтернетом. URL: <https://detector.media/rinok/article>.
5. Гудзь О. Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 2 (24). С. 18–27.

## **СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТРЕНДИ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ**

Сучасні тенденції розвитку Інтернету значно розширили сфери його використання, в першу чергу, в торговельній діяльності. Видозміна бажань і очікувань споживачів за рахунок активізації процесів взаємодії типового покупця з новітніми цифровими каналами обумовили ускладнення моделей поведінки і, відповідно, маркетингових інструментів ведення онлайн-бізнесу. В сфері інтернет-торгівлі в поточному році очікуються такі важливі тенденції.

Використання штучного інтелекту (ШІ). Суттєво зростає важливість персоналізації на основі ШІ при спілкуванні зі споживачами. Так, згідно з дослідженням, проведеним IMRG & Hive, три чверті відомих брендів електронної торгівлі будуть інвестувати в ШІ протягом найближчих 2 років [1]. Гігант електронної комерції Alibaba вже вклав 15 мільярдів доларів в науково-дослідні лабораторії, бажаючи стати лідером ШІ. В свою чергу, Gartner прогнозує, що в 2020 році клієнти будуть керувати 85% своїх відносин з тим чи іншим брендом, не взаємодіючи з самою людиною (консультантом, продавцем).

Персоналізація на основі ШІ передбачає забезпечення умов для того, щоб клієнти не витрачали свій час на перегляд непотрібних товарів; щоб їм вдавалося знайти саме ті товари, які їм подобаються і які вони хочуть купити; щоб досвід клієнта був персоналізований. Вже зараз кращі модні сайти інтернет-торгівлі використовують персоналізацію на основі ШІ, щоб надати своїм клієнтам кардинально новий досвід здійснення покупок.

Поряд із цим все частіше використовуються рекомендації товарів (брендів) клієнтам. Доведено, що покупцям подобаються рекомендовані товарні пропозиції, які мають до них безпосереднє відношення; крім того, їм подобається прискорювати сам процес покупки. При цьому розширюються напрями використання віртуальних помічників із штучним інтелектом, які дозволяють вести справжні розмови один на один із споживачем.

Мультиканальність. Для забезпечення кращої орієнтації на свого клієнта і визначення варіантів традиційної та онлайн взаємодії з цільовою аудиторією активніше використовують багатоканальну роздрібну торгівлю, що дозволяє розширювати власну товарну пропозицію. В середньому, багатоканальний маркетинг і продажі збільшують доходи інтернет-торгівлі на 38%, 120% і 190% з кожним додатковим каналом.

Такий маркетинговий підхід дозволяє просувати і продавати в різних каналах, у яких клієнти зацікавлені та в яких вони реально купують. Серед них можна відзначити соціальні мережі, додатки для обміну повідомлення, торгові майданчики і онлайн-спільноти тощо.

Мультиканальність має вирішальне значення для залучення споживачів і підтримання рівня їх купівельної активності від перших цифрових переглядів до кінцевої точки продажів, а також для завоювання істотної частки ринку чи посилення існуючих ринкових позицій.

СММ (Social Media Marketing). Найбільш домінуючим контентом соціальних мережах буде залишатись відео. За словами експертів, Instagram Stories використовують 200 мільйонів користувачів цієї соціальної мережі щомісяця. Тільки одне це робить Instagram ключовою платформою для просування популярних веб-сайтів, відомих брендів і передових стартапів.

Забезпечення одночасної присутності на таких платформах, як Instagram, Facebook і Pinterest, надає унікальної переваги в 2020 році, оскільки дані соціальні мережі полегшують надання персоналізованого обслуговування клієнтів. Логічним поясненням цього є той факт, що більшість онлайн-споживачів, як правило, більш довіряють візуалізації і роблять покупки під впливом емоцій, тоді як відео (за своєю природою) викликає певні почуття [2].

Саме тому все більше підприємств усвідомлюють цей важливий аспект і не пропускають можливості використовувати таку маркетингову тактику. Деякі компанії також транслюють потокове відео і дають потенційним клієнтам більш особистісний, тобто закулісний погляд на те, що відбувається в конкретному офісі чи як виробляються окремі товари.

Очікується, що 2020 рік буде дуже перспективним для інфлюенсерів і блогерів. Адже в минулому році маркетинг, пов'язаний з інфлюенсерами зіткнувся з реальними проблемами з точки зору довіри. Постійно мінливі алгоритми Instagram змушували провідні бренди вести більш продуману рекламну політику, а також створювати дійсно цінний і корисний контент.

Серед маркетингових трендів відзначають і використання контенту, який створюється під цільового користувача (USG – user-generated content). Призначений для покупця контент збільшує охоплення бренду і його активність на платформах соціальних мереж. І коли UGC вбудований у веб-сайт, це суттєво підвищує конверсію з інтернет-аудиторією.

Якісно підготовлений під клієнтську групу контент стає все більш важливим, оскільки виступає своєрідним підтвердженням того, що клієнти залишаються прихильниками певного бренду чи окремої товарної категорії та задоволені сервісом.

Важливість чат-ботів. У онлайн-торгівлі підприємства використовують чат-боти для виконання певних завдань при обслуговуванні клієнтів, наприклад, щоб направляти клієнтів до релевантних товарних пропозицій, а також щоб допомагати їм визначати ті товари, які їм можуть знадобитися або яких вони потребують. Це сприяє збільшенню продажів і доходів. Так, Facebook Messenger все частіше застосовується в індустрії модної інтернет-торгівлі для обміну повідомленнями з фактичними і потенційними клієнтами. Деякі з провідних брендів роздрібної торгівлі, такі як H & M, використовують чат-боти з метою надання можливості покупцям налаштувати і купувати свої власні вбрання.

Крім того, чат-боти можуть надати цінну підтримку з точки зору залучення клієнтів, забезпечення ефективності витрат, досягнення коефіцієнта конверсії, охоплення ринку та підвищення пізнаваності брендів.

Активне впровадження технологічних інновацій. Онлайн і офлайн магазини широко поєднують віртуальну реальність, доповнюючи традиційну, через використання технологій, які дозволяють краще залучати потенційних клієнтів і переводити їх в категорію покупців. У цьому випадку формується досвід на основі інформації, зібраної з різних категорій товарів, алгоритмів обробки даних, зіставлення атрибутів, вимірювань розмірів і вибору переваг [3].

Доповнена реальність полегшує споживачам здійснення життєво важливих покупок, сприяючи тим самим розвитку інтернет-торгівлі. Вона проводить клієнтів через чотири етапи маркетингу – підвищення обізнаності, підвищення лояльності та перетворення користувачів у фактичних клієнтів, що платять. Крім того, вона надає покупцям доступ до напрацювань традиційного магазину, що, в свою чергу, вигідно для популяризації певного бренду.

У доповненої реальності є значний потенціал, щоб зробити революцію на сайтах, які торгують товарами, що потребують примірки, адже її можна використовувати для точного накладання, наприклад, одягу на людину. Це дозволить потенційному користувачу оцінити розміри і параметри. Для багатьох інтернет-магазинів однією з важливих проблем є висока прибутковість від імпульсних покупок. Доповнена реальність може призвести до зниження рівня таких доходів, дозволяючи споживачам робити більш точні покупки під свої запити.

Таким чином, у 2020 році не існує єдиних правил щодо розвитку інтернет-торгівлі, проте маркетингові тренди орієнтують на формування і вдосконалення користувальницького досвіду, максимальне використання персоналізації, створення спільнот серед фанатів, роботу з інфлюенсерами та активізацію PR-кампаній, використання штучного інтелекту і поєднання його, в разі необхідності, з доповненою реальністю; приведення роботи веб-сайту відповідно до сучасних алгоритмів Google.

#### **Список використаних джерел**

1. *Топ-20 факторів, які будуть впливати на онлайн-торгівлю в 2020 році.* URL: <https://rai.ua/ecommerceuk/top-20-faktoriv-onlajn-torgivlyu/>.
2. *Ключові тренди інтернет-маркетингу в 2020 році.* URL: <https://ag.marketing/trendi-internet-marketingu-v-2020/>.
3. *Top Marketing Trends For 2020.* URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2019/10/03/top-marketing-trends-for-2020/#6070d2ce13d5>.

**Вовчанська О. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет,

**Іванова Л. О.**

к.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського

## **СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ У МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Готельна індустрія продовжує бути найпривабливішою сферою для бізнесу. Світове готельне господарство сьогодні охоплює майже 400 тис. комфортабельних готелів місткістю понад на 30 млн. місць. Показово, що загальна кількість номерів за останні 20 років продовжує збільшуватися у середньому на 3-4% щорічно, демонструючи стабільну динаміку збільшення кількості засобів розміщення.

Сучасний період розвитку світової готельної індустрії характеризується процесами глобалізації та інтеграції бізнесу, проявом яких є домінування великих корпорацій і готельних мереж. Світова практика об'єднання готелів в єдину готельну мережу зі створенням унікального мережевого готельного бренду є сьогодні найпоширенішою формою управління готельними підприємствами. Міжнародні готельні мережі, незалежно від їх рейтингу, відчуваючи на собі постійний тиск жорсткої конкуренції, використовують будь-які можливості для збільшення свого потенціалу. Зараз функціонує понад 300 готельних мереж, що вийшли за рамки національних кордонів і які володіють понад 50% готельних номерів у світі.

Сучасні технології управління світовим готельним господарством демонструють різновекторні тенденції: з одного боку, – укрупнюються міжнародні готельні корпорації, з іншого, – все більше країн створюють власні національні готельні мережі, які доволі успішно конкурують з міжнародними готельними ланцюгами.

Маркетингові дослідження світового ринку готельного бізнесу дозволяють визначити найхарактернішу ознаку світової індустрії гостинності, а саме, використання стратегій вертикальної, горизонтальної та діагональної інтеграції. Горизонтальна інтеграція - це об'єднання підприємств і організацій в межах однієї галузі, вертикальна - створення міжгалузевих альянсів. Аналіз показує, що більшість американських міжнародних готельних мереж обирають горизонтальну інтеграцію, а європейські – вертикальну та діагональну (об'єднує як підприємства туристичної галузі (туристичні агентства, готелі), так і компанії інших сфер економіки (банки, страхові компанії). Стосовно вертикальної інтеграції слід відмітити, що вона з'явилась в готельному бізнесі порівняно недавно, позаяк в процесі тривалих комунікацій готельні підприємства усвідомили, що потреби клієнтів зовсім не одноманітні, а навпаки значно відрізняються стосовно ціни, кількості послуг, які надаються, рівня комфортності тощо. Прикладом вертикальної інтеграції є угода Skyline International Development (інвестиційна компанія) з купівлі 13 бізнес-готелів бренду Marriott Courtyard на початку вересня 2017 р. Прикладом горизонтальної інтеграції є угода французької готельної мережі Assog, яка купила мережу готелів Mantra Group за \$1,2 млрд.[3].

Стратегія злиттів і поглинання є більше поширеною у готельному секторі американського регіону. В європейському регіоні надають перевагу створенню стратегічних альянсів. Так, наприклад, у 2017 р. компанія Prince Hotels, дочірня компанія Seibu Holdings, купила 100% групи Staywell Hospitality Group, що можна назвати найбільшим злиттям і поглинанням готелів в Австралії. Вартість транзакції склала майже \$50 млн. За результатами угоди Prince Hotels додав 30 готелів, 12 з яких розташовані в Австралії, до свого портфоліо [4]. У вересні 2016 р. на офіційному сайті Marriott International, було анонсовано про придбання Starwood Hotels & Resorts Worldwide вартістю \$13 млрд. Загалом 30 готельних брендів тепер виступають під одним брендом Marriott. Таким чином, утворилася найбільша в світі мережа готелів з понад 5800 об'єктами нерухомості і 1,1 млн. номерів у 110 країнах [5].

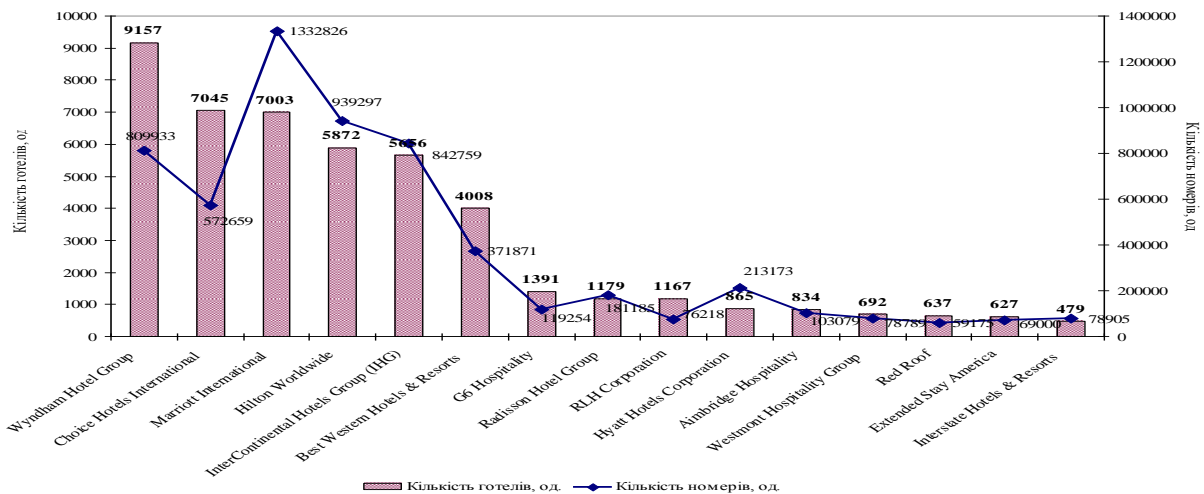


Рис. 1. Рейтинг провідних готельних мереж за кількістю готелів та готельних номерів станом на червень 2019 р. [1-2]

Незважаючи на домінування тенденції щодо консолідації та глобалізації на світовому ринку готельних послуг, застосування повністю стандартизованих глобальних стратегій в маркетингу міжнародних готельних компаній сьогодні не є виправданим і достатньо ефективним через низку певних відмінностей та особливостей країн і регіонів, без урахування яких неможливо вибудувати прогресивну маркетингову стратегію. За таких умов доцільніше використовувати стратегію оптимального поєднання глобального та мультинаціонального маркетингу з елементами регіональної адаптації. Це дозволить набагато краще враховувати зростаючі вимоги споживачів до якості і ступеня індивідуалізації готельного сервісу у міжнародних готельних мережах і успішніше конкурувати на світовому ринку готельних послуг. Практика засвідчує, що баланс співвідношення глобального і мультинаціонального маркетингу в управлінні міжнародних готельних компаній, полягає з одного боку в єдиній індивідуальності глобального бренду і застосування єдиних глобальних корпоративних стандартів (стратегія стандартизації), а з іншого боку – в застосуванні стратегії часткової адаптації щодо асортименту послуг, рівня цін, каналів і стратегій збуту, реклами, особистого продажу, PR-акцій та ін.

Зазначаючи вплив процесів глобалізації та інтернаціоналізації міжнародні готельні компанії також починають використовувати стратегії етноцентризму, поліцентризму, регіоцентризму, геоцентризму. Стратегія етноцентризму орієнтована на національний ринок головної компанії і зазвичай використовується лише в тому випадку, якщо міжнародні операції міжнародної готельної мережі є виключно побічними і компанія не пов'язує свої успіхи з іноземними ринками. Стратегія поліцентризму орієнтована на місцеві ринки, іноземні для головної компанії. Однак у багатьох країнах існують складності щодо її використання через високі витрати, а також недостатність ресурсів для підтримки стандартів послуг компанії. Стратегія регіоцентризму орієнтована на регіони і заснована на максимальному врахуванні регіональних особливостей і відмінностей кожного з регіонів і схожості країн, що входять до одного регіону. Стратегія геоцентризму є глобально-орієнтованою і базується на стандартному підході до всіх ринків країн світу, що робить її використання мало ефективним в готельній індустрії. Таким чином, оптимальнішими і ефективними для міжнародних готельних мереж, міжнародні операції яких займають вагомe місце у їх підприємницькій діяльності, будуть комбіновані варіанти [6].

Аналіз результатів вторинних маркетингових досліджень показує, що провідні міжнародні готельні компанії активно опрацьовують сучасні технології обслуговування гостей, підлаштовуючись до тих вимог, які зумовлені змінами у сучасному світі. При цьому акцент здійснюється на максимальну різноманітність, високу якість і індивідуалізацію обслуговування, виходячи з потреб клієнтів.



Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності демонструють посилення ролі конкуренції, а отже і маркетингу в глобальному масштабі, а це вимагає необхідності впровадження таких маркетингових стратегій, що забезпечать якісні переваги готельної компанії над конкурентами. Наприклад, ряд міжнародних готельних компаній використовує стратегію індивідуалізації, засновану на наданні гостю унікального готельного продукту і якості обслуговування. Водночас, це дозволяє міжнародним готельним мережам позиціонувати свої бренди класу люкс у високому ціновому сегменті і при цьому залучати вимогливих гостей першокласним рівнем сервісу.

Основний закон маркетингу свідчить, що будь-яка послуга (або товар), яку поставляють на ринок, максимально повинна відповідати потребам цільових споживачів. Все це, безсумнівно, стосується і підприємств, які надають готельні послуги. Потрібно зазначити, що процес спеціалізації готелів та їх пристосування до різних сегментів споживачів ще далекий від завершення, але, вже зараз можна стверджувати, що епоха універсальних готелів, розрахованих на будь-якого клієнта, відходить у минуле. Все більше готелів спеціалізуються на цілком конкретних сегментах ринку. Тому неабиякої популярності набуває стратегія фокусування міжнародної готельної мережі на ринковому сегменті. Ця стратегія передбачає орієнтацію на певну ринкову нішу, групу споживачів, що відносно знижує рівень конкуренції для готельної компанії, а також дозволяє сконцентрувати зусилля на конкретному сегменті і таким чином постійно покращувати якість обслуговування.

Результати маркетингових досліджень показали, що тенденція переходу від стратегії диверсифікації до стратегії спеціалізації стала помітнішою в американському і європейському регіонах, де міжнародні готельні мережі активно використовують аутсорсинг, позаяк це дозволяє концентрувати зусилля тільки на готельних послугах. Крім того, багато готельних підрозділів, що входили раніше до структур великих холдингів, виділяються в самостійні компанії і досягають успіху за рахунок впровадження чіткої спеціалізації на готельному бізнесі.

Показово, що переважна більшість міжнародних готельних мереж ефективно використовує комплекс маркетингових засобів комунікації, здійснюючи мікс реклами, особистих продажів, зв'язків з громадськістю, стимулювання збуту, виставки/ярмарки тощо, які є взаємодоповнювальними і сприяють підвищенню ефективності їх маркетингової комунікаційної політики. На світовому ринку також спостерігаються відмінності у використанні міжнародними готельними компаніями каналів збуту: в американському регіоні переважно продаж готельних послуг кінцевим споживачам здійснюється безпосередньо через центральну систему комп'ютерного бронювання і представників готелю, в європейському регіоні - переважно через посередників – туристичні агентства.

#### **Список використаних джерел**

1. *Leading hotel companies worldwide as of June 2019, by number of properties* URL: <https://www.statista.com/statistics/197869/us-hotel-companies-by-number-of-properties-worldwide/>.
2. *Leading hotel companies worldwide as of June 2019, by number of guestrooms* URL: <https://www.statista.com/statistics/197859/total-number-of-guestrooms-of-us-hotel-companies-worldwide/>.
3. *Accor делает 1,2 миллиардное предложение для Mantra. The urban developer. 2017.* URL: <https://www.theurbandevolver.com/mantra-accor-hotel-bid-for-takeover/>.
4. *Японская отельная группа платит 50 млн. дол. за Staywell Hospitality Group. Financial Review. 2017.* URL: <https://goo.gl/yUxX1A>.
5. *Mariott International завершает слияние со Starwood Hotels. Marriott International. 2016.* URL: <http://news.marriott.com/2016/09/marriotts-acquisition-of-starwood-complete/>.
6. *Бурнацева Э.П. Современные маркетинговые стратегии международных гостиничных компаний: диссертация. Современные маркетинговые стратегии международных гостиничных компаний. М.: МГИМО(У) МИД РФ, 2009. 302 с.* URL: <https://www.dissercat.com/content/sovremennye-marketingovye-strategii-mezhdunarodnykh-gostinichnykh-kompanii>.

**Іванова Л. О.**

к.е.н., доцент

Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського,

**Вовчанська О. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **АКТУАЛЬНІ ПРОГРАМИ СПОЖИВЧОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

Важливим чинником прибуткової діяльності підприємств готельного господарства є лояльні клієнти, тому створення постійної клієнтської бази, ефективна підтримка партнерських відносин безпосередньо пов'язані з формуванням та застосуванням програм лояльності. Ці програми, зокрема, передбачають довгострокове взаємовигідне співробітництво між клієнтами та готельним підприємством. Вперше програми лояльності у готельній індустрії з'явилися у 1984 р. в готельних ланцюгах Marriott та InterContinentalHotel Group's під назвою Priority Club Rewards [1]. Сучасні програми лояльності – це комплекс маркетингових заходів, які є невід'ємною частиною загальної бізнес та маркетингової стратегії готельного підприємства, спрямованих на заохочення та стимулювання повторної купівлі клієнтом готельної послуги в майбутньому шляхом реалізації інтерактивних комунікаційних відносин та формування емоційного взаємозв'язку клієнтів з готельним підприємством [2]. Потрібно розуміти, що лояльність споживача є не односторонніми відносинами (клієнт-готель), а комплексна система двосторонніх відносин (клієнт лояльний до готелю, а готель лояльний до клієнта). Це дозволяє стверджувати, що програма лояльності - це система довгострокових відносин між споживачем і готельним підприємством, за якої кожна зі сторін згодна на можливе зменшення швидкого прибутку заради довгострокової співпраці в перспективі. Програми лояльності в готельному бізнесі спрямовані на реалізацію маркетингової стратегії з формування та розвитку взаємовідносин між клієнтом та готельним підприємством, яка передбачає: створення клієнтської бази даних; інформування клієнтів про нові пропозиції готельних послуг, про нові тарифи; визначення вимог і побажань клієнтів ще до приїзду в готель; бронювання номерного фонду та готельних послуг тощо. Ефективність реалізованих програм із залучення і забезпечення задоволеності клієнтів становить основу маркетингу взаємовідносин між готельним підприємством і споживачем готельних послуг.

Лояльність сучасного споживача готельних послуг формується під впливом низки чинників, зокрема, економічних, соціальних, психологічних, організаційних. Вони обумовлюють комплексну систему управління лояльністю клієнтів, яка включає, по-перше, раціональні та емоційні компоненти формування лояльності споживача готельних послуг; по-друге, соціально-демографічні особливості клієнтів та корпоративні чинники, пов'язані з проживанням в готельних підприємствах великої кількості гостей, які подорожують з діловою метою. Серед раціональних чинників формування лояльних споживачів готельних послуг домінують: якість готельного обслуговування; місце розташування готельного підприємства; набір основних і додаткових готельних послуг; матеріально технічна база готельного підприємства; інноваційні технології надання готельних послуг; цінова політика, наявність програм споживчої лояльності; професіональність і компетентність персоналу готельного підприємства. Емоційні чинники формування лояльності включають: досвід проживання в готельних підприємствах; довіру до готельного бренду і інформованість про нього; спосіб життя; риси особистості, захоплення і хобі; цільові установки і мотиви; рекламні і комунікаційні заходи готельного підприємства та маркетингова політика загалом. У процесі формування програм лояльності важливо враховувати соціально-демографічні особливості клієнтів, зокрема: вік; стать, дохід, соціальний статус, сімейний стан, життєвий цикл сім'ї, освіта/професія, етнічні, релігійні і расові ознаки.

Корпоративні чинники, пов'язані з проживанням в готельних підприємствах великої кількості гостей, які подорожують з діловою метою, визначаються умовами корпоративного обслуговування

(договір між готельним підприємством і корпорацією, співробітники якої часто зупиняються в ньому або в цій готельній мережі) та стандартами проживання співробітників корпорацій в готельних підприємствах (розмір добових на проживання, займана посада співробітника, його статус і рівень зустрічей, на які співробітник корпорації приїхав в країну тощо) [3].

Розуміння зазначених груп чинників дозволить готельним підприємствам повніше враховувати їх при формуванні своїх програм підвищення лояльності, позаяк лояльний споживач менше чутливий до дій конкурентів, і по суті сам виступає представником готельного підприємства по “зв’язках з громадськістю”, рекомендуючи його своїм родичам/колегам/друзям.

Програми лояльності міжнародних і національних готельних мереж передбачають отримання споживачем винагород, накопичення балів, створення привілейованих клубів і формування партнерських відносин з іншими компаніями, що працюють в суміжних з готельним бізнесом галузях, і спрямовані на стимулювання споживачів на здійснення регулярних купівель послуг у однієї і тієї ж готельної компанії [4].

Накопичувальна програма лояльності – найпоширеніша і проста модель, яка передбачає, що клієнт накопичує бали, які в подальшому може використовувати для обміну на матеріальні вигоди (знижки, безкоштовні послуги, спеціальні пропозиції та ін.). Головний критерій ефективності такої програми – її простота і зрозумілість, тому не доцільно ускладнювати і диференціювати бонуси, щоб система не перетворилася для гостя в головний біль.

Все ж таки недолік накопичувальної системи полягає в тому, що інтервал між оплатою і досягненням мети занадто великий. Найчастіше клієнти, які користуються послугами готелю один раз в рік, вирушаючи у відпустку, просто забувають про програму. Тому дуже часто у готельній індустрії застосовується багаторівнева програма лояльності. Вона дозволяє гостям отримувати значно більші вигоди у міру просування по ланцюжку від потенційного до лояльного клієнта. Саме багаторівневі програми лояльності використовують лідери готельного ринку.

Готельні підприємства можуть пропонувати гостям які бонуси не тільки власні послуги, а й послуги компаній-партнерів: ресторанів, таксі, пралень, магазинів, екскурсійних бюро, авіакомпаній тощо. Гість користується послугами партнерів і за це отримує бали, які, своєю чергою, також може витратити на послуги готелю або його партнерів. Так функціонує партнерська програма лояльності.

На відміну від невеликих готелів, міжнародні мережі залучають клієнтів в численні готелі по всьому світу, і повинні докладати максимум зусиль утримувати їх в закладах своєї мережі. Тому саме міжнародні готельні мережі продовжують виступати законодавцями трендів щодо побудов програм лояльності.

У світовій готельній індустрії визнання отримали кілька програм лояльності, як наприклад, Marriott Rewards, Club Carlson Rewards, Hilton HHonors [1]. Це успішні і ефективні програми мережевих готелів зі світовим ім'ям дають учасникам можливість накопичувати бонуси, подорожуючи світом, і при цьому бути впевненими в сталості високого рівня розміщення і обслуговування у будь-якому закладі мережі.

Програма Marriott Rewards – це багатоярусна програма, яка включає чотири рівні: стартовий, Silver Elite, Gold Elite і Platinum Elite. Чим вище рівень, тим більшу кількість дорожчих і респектабельніших бонусів можна отримати. Нараховуються бали за проживання, користування послугами партнерських авіакомпаній та інших підприємств і організацій. Обміняти бонуси можна на безкоштовне проживання, поліпшення комфортності номера та інші вигоди від готельної мережі і її партнерів. Концептуально така програма нагадує Ейфелеву вежу: на нижньому рівні розташовані доступні і малобюджетні привілеї для учасників першого і другого рівня, а елітні бонуси знаходяться на практично недосяжній висоті. Це дозволило готельному гіганту Marriott заволодіти лояльністю відразу двох категорій клієнтів: заможної еліти і бізнесменів середнього рівня. Представники ділових кіл отримали можливість обмінювати накопичені бонуси на недорогі, але важливі в роботі преференції: WiFi в номері, відпочинок після ділової зустрічі в спа-салоні, вечеря в ресторані. Поціновувачі статусного способу життя отримали можливість ще раз підкреслити свою елітарність і високу купівельну спроможність. Тому стати топовим учасником Marriott Rewards набагато складніше, ніж в

аналогічних програмах від Hilton або Starwood.

Окрім того, компанія Marriott International працює над покращанням якості обслуговування гостей за допомогою мобільних додатків, що дозволяє їй збільшувати ступінь задоволеності гостей. За допомогою смартфонів гості можуть здійснювати мобільний check-in і check-out, цифровий “вхід” в готельний номер, ключем від якого є смартфон гостя. Також гості можуть взаємодіяти у будь-якому проханні з працівниками готелю за допомогою своїх мобільних пристроїв. Сучасним трендом в готельному бізнесі стало привітання постійних гостей готелю зі святами (Новим роком, Днем народження), а також розсилка пропозицій з різними акціями і заходами, проведеними в готелі. Така взаємодія готелю з гостем дозволяє йому збільшити кількість лояльних клієнтів.

Club Carlson Rewards дозволяє учасникам отримувати привілеї в готелях мережі Carlson Rezidor в різних країнах. Суть програми – накопичити якомога більше балів Gold Points, які потім можна використовувати, бронюючи або підвищуючи категорію номера, оплачуючи авіаперельоти, замовляючи прокат фільмів, а також здійснюючи покупки в магазинах-партнерах. Як і в Marriott Rewards, програма Club Carlson Rewards має чотири рівні Red, Silver, Gold і Concierge. В знаменнику формули лояльності Carlson Rezidor досить переваг, які цінують і люблять постійні клієнти готелю. Однак в чисельнику цієї програми є кілька важливих обмежень, які дозволяють готелям контролювати витрати на її реалізацію: до програми допускаються особи, які досягли повноліття; якщо два члена програми планують зняти один номер, то бонуси отримує лише той, на кого він оформляється; Golden Points згорають, якщо не було активності протягом останніх двох календарних років; участь в програмі не звільняє від сплати податків та інше.

Hilton HHonors розробив 4-ярусну програму лояльності, яка включає рівні Member, Silver, Gold і Diamond. Аналогічно попереднім програмам, учасники отримують і можуть витратити бонуси, оплачуючи проживання в готелях мережі, а також користуючись послугами партнерів. Крім того, програма дозволяє гостям самостійно обирати спосіб накопичення балів, надаючи тим самим їм більше свободи, ніж конкуренти.

Основна відмінність усіх наведених програм – в умовах переходу на наступний рівень. У деяких випадках для того, щоб отримати більше привілеїв, досить забронювати номер на 5 ночей, в інших - на 15 і більше, і при цьому виконати ряд додаткових умов.

Завдяки програмам лояльності готелі отримують ряд конкурентних переваг: детальну інформацію про гостя і його сім'ю, яку можна використовувати для підвищення його задоволеності; стимулювання гостей до здійснення прямих покупок через сайт або відділ продажів готелю, а не через сайти бронювання, які стягують комісію за свої послуги; підвищення продажів додаткових послуг; збільшення суми середнього замовлення; збільшення частки постійних клієнтів; збільшення прибутку готелю. І, врешті, програма лояльності підвищує привабливість готелю серед гостей і потенційних відвідувачів [4].

Кожне готельне підприємство намагається розробити унікальну власну програму лояльності і має своє розуміння того, якою повинна бути ця ідеальна програма. Універсальної формули успішної взаємодії з клієнтом немає і в принципі бути не може. Партнерські стосунки з клієнтом готельного підприємства динамічні і щодня змінюються через появу нових послуг, розвиток ІТ, розширення географії дії накопичувальних систем, укладенням нових угод тощо. Очевидно одне – відносини між готелями преміум-класу і їх клієнтами спрямовані на максимально адресне обслуговування, позаяк саме воно дає готельним підприємствам впевненість в тому, що дорогі (в буквальному сенсі) клієнти знову нададуть їм свою перевагу, а значить забезпечать фінансовий успіх.

#### **Список використаних джерел**

1. Шафигуллин Р. Программы лояльности отелей: Marriott, Carlson, Hilton. Cossa. URL: <http://www.cossa.ru>.
2. Радыгина Е. Г. Повышение лояльности потребителей гостиничных услуг. Научно-методический электронный журнал “Концепт”. 2016. № 3 (март). С. 51–55. URL: <http://e-koncept.ru/2016/16049.htm>.
3. Кабанов А. А. Совершенствование управления сферой гостиничных услуг на основе повышения лояльности клиентов. URL: [https://guu.ru/files/dissertations/2016/09/kabanov\\_a\\_a/dissertation.pdf](https://guu.ru/files/dissertations/2016/09/kabanov_a_a/dissertation.pdf).
4. Все о программах лояльности отеля – обзоры, лучшие практики и рекомендации. URL: <https://ngmsys.com/review/hotel-loyalty-programs-review>.

## **СУЧАСНІ ПРИНЦИПИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ**

Протягом всієї історії людства його прогресивні представники постійно шукали моделі справедливого досконалого суспільства і боролись за ці ідеї. Яскравий приклад – це діяльність українських подвижників наукової думки (С. Подолинського, М. Руденка, В. Вернадського та багатьох інших), які, випереджаючи свій час, пропагували ідеї соціально-та екологічно орієнтованого розвитку суспільства. На цьому тернистому шляху були справжні відкриття, які значно прискорили історичний поступ. Серед таких – кооперація, що успішно витримала важкі випробування і засвідчила свою життєздатність у різних історичних умовах та у країнах з різними моделями соціально-економічного розвитку.

Історичний досвід свідчить, що люди з давніх-давен практикували кооперування з метою взаємодопомоги. Без взаємної підтримки не обходились ще первісні мисливці та рибалки, середньовічні селяни та ремісники. Нинішні кооперативні молочарні Італії та Швейцарії мали своїх попередниць у середньовіччі і працюють практично на тих же принципах. Вияви кооперації на українських землях можна прослідкувати ще у часи Київської Русі, у економічній діяльності козацтва та чумаків, середньовічних ремісників, які об'єднувались у цехи.

У XIX столітті європейці запровадили нову, високоефективну форму господарської співпраці – кооперативи. У 1844 р. в Англії в місті Рочдейл 28 робітників-ткачів заснували “Товариство справедливих Рочдельських піонерів”, яке по праву вважається першим кооперативом сучасного формату. Їх початковою метою було покращити умови життя своїх сімей, тобто вирішити свої насущні проблеми. Незабаром вони урізноманітнили свою діяльність, заклавши основи сучасної кооперації.

Рушійною силою розвитку кооперації є кооперативна ідея та кооперативні принципи. Так звані “рочдельські принципи” були покладені в основу розвитку сучасної кооперації і забезпечили їй успіх.

Розглядаючи сучасні кооперативні принципи, необхідно зазначити, що вони теж мають давні витоки. Кооперативні принципи економічної діяльності ми знаходимо у Біблії у Діяннях Апостолів, у працях Томаса Мора, Кампанелли, Роберта Оуена та багатьох інших. Значний внесок у розробку кооперативних принципів зробили ідеологи кооперації (Роберт Оуен і Вансітарт Ніл) - в Англії; Шарль Фур'є, Луї Блан і Шарль Жид – у Франції; Фрідріх Райффайзен і Герман Шульце-Делітч – в Німеччині; Михайло Туган-Барановський і Ілля Витанович – в Україні.

Сучасна модель кооперативного бізнесу і кооперативної діяльності, які базуються на кооперативних принципах, продемонструвала високий рівень життєздатності та ефективності. Останні десятиліття позначилися бурхливим розвитком кооперативів. Учасниками міжнародного кооперативного руху є близько 3 млн кооперативів із 104 країн світу. Членами сучасних кооперативів є 1,2 млрд осіб, тобто 12% населення планети. Кооперативи забезпечують робочими місцями близько 10% всього зайнятого населення у світі (280 млн осіб), тобто більше, ніж транснаціональні корпорації, та обслуговують близько половини світового населення. Оборот 300 найбільших кооперативів світу перевищує 2,1 трлн дол. США. Як наслідок, кооперативи у все більшій мірі сприяють вирішенню багатьох глобальних проблем людства, а саме посилення бідності населення та безробіття у світових масштабах, значного розшарування суспільства за рівнем доходів, гендерної нерівності, загострення екологічних проблем тощо.

Кооперативи створюються практично у будь-якій сфері, де ведеться чи може вестись бізнес. Сьогодні кооперативи функціонують у таких глобальних сферах економіки, як банківсько-кредитна сфера та страхування, роздрібна та гуртова торгівля, енергетика, сфера

послуг, виробництво промислової продукції, сільське господарство, рибальство, охорона здоров'я, будівництво, транспорт, туризм тощо. За деякими оцінками, у кооперативному секторі світового господарства існує понад 120 різновидів кооперативів.

Унікальність природи кооперативів втілюється в міжнародних кооперативних принципах, на яких має ґрунтуватись діяльність будь-якого кооперативу. Цими принципами є:

- добровільне і відкрите членство;
- демократичний контроль зі сторони членів;
- участь членів в економічній діяльності кооперативів;
- автономія і незалежність;
- освіта, професійна підготовка та інформація;
- співпраця між кооперативами;
- турбота про суспільство.

Отже кооперативи, як випливає з їх природи, це – демократичні, добровільні, неприбуткові організації. Вони зорієнтовані передусім на забезпечення своїх членів роботою чи послугами, а не на отримання прибутку від вкладеного капіталу. У зв'язку із особливою економічною природою кооперативів, в багатьох країнах світу вони мають статус неприбуткових (non-profit) організацій та звільняються від сплати податку на прибуток (дохід).

Необхідно відзначити, що кооперативи активно пропагують принципи сталого розвитку, які визначила ООН. На сьогоднішній день розпочався новий стратегічний проект, який реалізується МКА спільно з ООН, під назвою “Co-ops for 2030 campaign”. Мета цієї глобальної кампанії – активне залучення кооперативів до реалізації Глобальних цілей сталого розвитку ООН. Увагу в цьому проекті зосереджено на 17 принципах сталого розвитку, які кооперативи можуть впроваджувати у найбільшій мірі. Визначені цілі згруповані у три основні сфери дій: викорінення бідності, покращення доступу до основних товарів та послуг та захист довкілля. У межах кожного напрямку дій виокремлено відповідні цілі і кооперативам пропонується зареєструватися на порталі [coopsfor2030.coop](http://coopsfor2030.coop), взяти на себе зобов'язання щодо їх досягнення та запропоновано показники для відстеження результативності діяльності.

В межах діяльності європейського регіонального підрозділу МКА – об'єднання європейських споживчих кооперативів EuroCoop, сформульовано 7 принципів (індикаторів) соціально-відповідального бізнесу (“бізнесу з людським обличчям”), на які зорієнтована сучасна європейська кооперативна модель господарювання, а саме:

1) Люди (фундаментальна складова бізнес-моделі, у полі зору якої знаходяться члени та працівники кооперативів, клієнти, охорона здоров'я, безпека, навчання та розвиток, компенсації, волонтерство, задоволення потреб, доступ до послуг);

2) Продукти (товари або послуги організації, маркетинг, маркування, ланцюжок поставок та взаємодія з постачальниками, кодекси поведінки та сталий розвиток);

3) Цінності (цінності та принципи, що лежать в основі організації, корпоративна соціальна відповідальність в організації, щоденне впровадження її принципів і їх моніторинг);

4) Охорона навколишнього середовища (екологічні або зелені ініціативи, зокрема у сферах поновлюваних джерел енергії, управління відходами, зміни клімату, транспорту, використання енергії, раціонального використання паперу, турботи про тварин і біорізноманіття, а також дослідження та зеленого маркетингу);

5) Громадськість (місцеві та національні ініціативи щодо молоді, охорони здоров'я, освіти, зайнятості, культури, спонсорства, партнерства з державними та недержавними організаціями);

6) Демократія (фундаментальна відмінна риса кооперативної бізнес-моделі, що стосується членства та демократичного управління, представництва у правлінні, дивідендів, освіти, навчання, задоволення потреб);

7) Розвиток (впровадження міжнародних ініціатив, підтримка і співпраця з іншими кооперативами, філантропія, обмін досвідом, робота з державними та недержавними

громадськими організаціями, ліквідація наслідків стихійних лих, покращання доступу до продуктів).

Отже, на європейському континенті реалізація кооперативної моделі ведення бізнесу забезпечує соціальну спрямованість діяльності кооперативів, дозволяє щоденно втілювати у життя кооперативні цінності при здійсненні господарської діяльності та забезпечувати ідентичність, яка відрізняє кооперативні підприємства та організації від економічних суб'єктів інших форм власності.

Сьогодні українська кооперація має достатнє правове підґрунтя. Право громадян об'єднуватися у громадські організації для захисту економічних та соціальних інтересів гарантовано Конституцією України (стаття 36). Цивільним кодексом кооперативи визнано рівноправними суб'єктами економіки. Спеціальними законами регулюється діяльність споживчої, сільськогосподарської та кредитної кооперації.

Розвиток кооперації в Україні – це реальний шанс нарешті знайти, омріяний на протязі тисячоліть багатьма поколіннями людей, соціально-економічний устрій, побудований на принципах справжньої демократії, солідарності, відповідальності, рівності та соціальної справедливості. Тому важливим завданням розвитку кооперації в Україні є просування кооперативних ідей, принципів, кооперативної ідентичності та іміджу кооперативів серед населення, особливо серед молоді.

#### **Список використаних джерел**

1. Гелей С. Д., Пастушенко Р. Я. *Теорія та історія кооперації: підруч. К. : Знання, 2006. 513 с.*
2. *The International Co-operative Alliance*. URL: <https://ica.coop/en>.
3. *European Community of Consumer Co-operatives – Eurocoop*. URL: <https://eurocoop.coop>.

**Чех М. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ГЛОБАЛЬНІ ГІБРИДНІ ЗАГРОЗИ: ЕКОНОМІЧНИЙ ВИМІР**

Економічний розвиток сучасної України є наслідком структурно-організаційних деформацій економіки, спричинені зовнішньою агресією з боку Російської Федерації. Негативний вплив накопичених макроекономічних дисбалансів російська агресія відображає вразливість економічної системи до внутрішніх і зовнішніх загроз, що мають наслідком зниження темпів зростання. Феномен гібридної війни РФ проти України активізував обговорення в експертному середовищі проблематику економічних аспектів такої війни та дискусію щодо комплексних економічних заходів стримування та інструментів протидії агресії.

У загальному вигляді “гібридна війна” визначається як воєнні дії, що здійснюються шляхом поєднання мілітарних, квазімілітарних, дипломатичних, інформаційних, економічних та інших засобів з метою досягнення стратегічних політичних цілей. Специфіка такого поєднання полягає в тому, що кожний із військових і невійськових способів ведення гібридного конфлікту застосовується у воєнних цілях та використовується як зброя [1, с. 19].

Гібридна війна стала ключовим викликом державності, що генерує виклики, ризики та загрози всім складовим національної безпеки. Їх суть не лише традиційно військова та геополітична, а торговельна та енергетична, інформаційна. Даний вид протистояння завдає тяжких майнових і немайнових втрат. Втрати людського капіталу важко переоцінити. Майнові втрати можна покрити фінансовими ресурсами, але їх обмеженість призводить до загострення дисбалансів у економіці [2].

Протистояння в економічній сфері розпочинається задовго до збройної агресії і продовжується після її закінчення. У поєднанні з іншими невійськовими засобами, боротьба в економічній сфері спроможна суттєво вплинути на досягнення політичних цілей у

міждержавних конфліктах.

Посилення ролі економічної боротьби як важливого інструменту гібридного протистояння сучасних економік, обумовлена наявністю у першу чергу двох факторів:

- значна залежність стратегічної стійкості держави від рівня економічного впливу та стану економіки;

- явище глобалізації міжнародних економічних відносин, що неминуче призводить до посилення взаємозв'язку і взаємозалежності країн, що окрім створення додаткових можливостей, посилює вразливість національної економіки до зовнішніх впливів [3].

Інтенсифікація глобалізаційних процесів та зростання взаємозалежності відкритих економік згенерувало створення значного числа різноманітних економічних засобів (інструментів) впливу країн-суперників. Такі засоби можна умовно поділити на соціально-економічні і фінансово-економічні (табл. 1), котрі не зважаючи на відмінний інструментарій спрямовані на досягнення основної цілі – підриву економічного потенціалу та зниження довіри до відповідних інституцій держави-суперника.

Країна-агресор, у свою чергу, може використовувати економічні чинники як вагомий інструмент досягнення тактичних та стратегічних цілей при підготовці та реалізації військових заходів. Зазвичай, асиметричні кроки країни-агресора щодо дестабілізації економіки країни-об'єкта нападу дають змогу досягати очікуваних результатів в умовах мінімізації військового втручання [4].

Таблиця 1

**Економічні інструменти впливу у гібридному протистоянні**

Типи засобів	Цілі	Інструментарій
Соціально-економічні засоби боротьби	–підриу економічного потенціалу держави-суперника; –зниження довіри до економічних інститутів держави.	провокування спецслужбами або агентами впливу внутрішньополітичної напруженості та соціального протесту в його крайній екстремістській формі, організація і фінансування масштабних страйків; інформаційний вплив на суспільство
Фінансово-економічні засоби боротьби	–послаблення економічного потенціалу держави-суперника; –узелення економічної політики від політики держави-суперника	економічні санкції, ембарго, спричинення банківської кризи та обвал національної валюти, маніпулювання цінами на значущі для економіки держави-суперника товари (нафта, газ та інше)

Джерело: [3].

Група авторів Національного інституту стратегічних досліджень (НІСД) виділяють три основні виміри гібридної агресії на прикладі гібридної війни між Україною та Росією:

1. Торговельні війни.
2. Маніпуляції у енергетичній сфері.
3. Активізація діяльності тіньового сектора [1].

Відомо, що зовнішня торгівля України перебуває в безпрецедентних умовах економічного тиску з боку РФ. Досить поширена практика застосування дискримінаційних заходів щодо українських поставок на внутрішній ринок РФ набула в нинішніх умовах нових рис, вилившись у повномасштабну торговельну війну. З іншого боку, Україна відреагувала на агресивну поведінку контрагента впровадженням ряду обмежувальних торговельних заходів. Наслідком такого протистояння стало скорочення зовнішньоторговельних потоків між країнами. Хоча, частині зовнішньозалежних галузей вдалось переорієнтуватись на інші ринки (що виглядає позитивною тенденцією), проте, у галузево-секторальному вимірі Україна понесла ряд втрат від торговельної війни. Тому, гідна відповідь гібридним атакам передбачає вчасну мінімізацію ризиків, помірковану зміну акцентів у державній політиці, зниження імпортозалежності на користь внутрішнього ринку та диверсифікацію експорту.

Лева частка цілей зовнішньої стратегії РФ пов'язана з енергетичними об'єктами та



інфраструктурою. Створення перешкод для функціонування енергетичного сектору України, руйнація енергетичної інфраструктури виступили ключовим фактором підриву соціально-стабільності.

Тінізація фінансових потоків в умовах російської агресії на Донбасі та під час окупації АР Крим є базовою передумовою та наслідком нелегальної господарської діяльності на даних територіях. Така діяльність однозначно посилює наявні системні ризики, пов'язані із загрозою економічній безпеці держави.

Отже, в умовах глобального розвитку та зміни парадигми міжнародних відносинах значення економічної сфери, котра формує матеріальний фундамент для військового та політичного потенціалу держави стрімко зростає. Тому, аналізуючи будь яке конфліктне протистояння, важко заперечити вагомість поруч з політичними й економічними інтересів, що стимулює відповідно у гібридному протистоянні інструментів економічного впливу. Варто додати, що економічна складова гібридної війни відрізняється від “звичайних” економічних війн. У випадку гібридної війни, економічне протистояння не обмежується корпоративним рівнем, не зумовлюється виключно економічними мотивами, і не закінчується із отриманням очікуваних економічних переваг над суперником.

#### **Список використаних джерел**

1. *Світова гібридна війна: український фронт: монографія; За заг. ред. В. П. Горбуліна. К.: НІСД, 2017. 496 с.*
2. *Касперович Ю. В. Фіскальна безпека держави в умовах гібридної війни. Економіка та держава. № 2. 2019. С. 64–70.*
3. *Боротьба в економічній сфері як складова гібридної війни. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/nacionalna-bezpeka/borotba-v-ekonomichniy-sferi-yak-skladova-gibridnoi-viyni>.*
4. *Nosharov S. Hybrid threats as an exogenous economic shock. Economic Achive. № 2. 2019. P. 21–29*

**Шайда О. Є.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

На сьогоднішній день на тлі сучасних соціальних, політичних та економічних світових тенденцій інновації відіграють важливу роль. Саме розвиток інноваційної діяльності держави є визначальним чинником формування її конкурентоспроможності у глобалізованому економічному просторі. Держава, в якій першочерговими пріоритетами є досягнення лідируючих позицій на світовій арені за економічними показниками, повинна здійснювати суттєву підтримку розвитку інноваційно активних підприємств. Саме належна увага до впровадження інновацій на провідних підприємствах створює передумови для економічного зростання країни, модернізації та забезпечення успішного функціонування господарства.

У вітчизняній економічній науці приділялася увага дослідженню фундаментальних засад формування та реалізації інноваційної політики, фінансування інноваційної діяльності, ефективності інноваційної діяльності в умовах глобалізації. У працях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як Ю. Бажал, Д. Белл, Р. Вернон, В. Геєць, М. Кондратьєв, П. Кругман, С. Кузнець, А. Маршалл, М. Познер, Р. Солоу, Й. Шумпетер та інших досліджувалися теоретичні засади інноваційного розвитку економіки країни.

Питанням економічної сутності інноваційної діяльності підприємств присвятили свої роботи такі вчені, як Н. Я. Зінько, О. В. Тарасова, О. Г. Шпикуляк, С. Ілляшенко, Т. П. Близнюк, О. В. Чумак, Р. А. Фатхутдінов, О. М. Файчук, В. М. Мішина, І. А. Шейко та інші.

В сучасних умовах інноваційна модель розвитку України є об'єктом посиленої уваги науковців, політиків, представників сфери бізнесу.

Інноваційне підприємництво сьогодні – це підприємницька діяльність, яка включає процеси від виникнення ідеї до втілення її у певну інноваційну продукцію – “новації, комерціалізацію та впровадження новацій, рутинізацію та дифузю нововведень з метою

отримання фінансового результату та інших вигод” [1].

Сучасне підприємство є відкритою складною динамічною системою, яка функціонує у певному зовнішньому середовищі. В умовах глобалізації соціально-економічне середовище характеризується високою швидкістю змін тенденцій та напрямків розвитку, які деколи можна прогнозувати з малою вірогідністю. Запорукою успішного розвитку підприємства повинно бути його ефективне пристосування до змін зовнішнього середовища шляхом здійснення випереджувальних заходів та впровадженню інновацій, спрямованих на збереження його життєздатності та забезпечення конкурентоспроможності.

В умовах зростання конкуренції на внутрішньому та зовнішніх ринках українські підприємства повинні виробляти конкурентоспроможну продукцію, постійно підвищувати її якість, удосконалювати технології виробництва і виходити на міжнародні ринки.

За даними звіту Світового економічного форуму про глобальну конкурентоспроможність 2019 р., Україна опустилася на 2 позиції в рейтингу й посіла 85 місце серед 141 досліджуваних країн [2]. Лідерами рейтингу є такі країни, як Сінгапур, США, Гонконг, Нідерланди, Швейцарія, Японія, Німеччина, Швеція, Великобританія, Данія.

Вирішальним фактором інноваційного розвитку економіки держави є інноваційний напрямок розвитку підприємств. Першу десятку лідерів Глобального інноваційного індексу (ГІІ) у 2019 році формують Швейцарія, Швеція, США, Нідерланди, Великобританія, Фінляндія, Данія, Сінгапур, Німеччина, Ізраїль. Можемо помітити, що значною мірою перелік найбільш конкурентоспроможних економік світу корелює з переліком країн-інноваційних лідерів. Україна, натомість, зайняла 47 місце серед 133 країн.

Для України вкрай важливо підтримувати ініціативу підприємництва стосовно участі в інноваційних процесах, що створить можливість виведення вітчизняної продукції на світовий ринок, збільшення попиту на українську високоякісну продукцію, підтримання європейських стандартів.

Згідно з даними Державної служби статистики, показник частки кількості підприємств, що впроваджували інновації, в загальній кількості промислових підприємств, не мав стійкої тенденції і приймав такі значення: 2014 р. – 12,1%, 2015 р. – 15,2%, 2016 р. – 6,6%, 2017 р. – 14,3%, 2018 р. – 15,6% [3].

Аналіз структури джерел фінансування інноваційної діяльності свідчить, що вони реалізуються переважно за рахунок власних джерел підприємств і організацій (частка коштів державного бюджету у інноваційних витратах у 2018 р. становила 5,2%). Привертає увагу істотне зниження частки фінансування за рахунок іноземних інвесторів (з 7,57% у 2000 р., до 0,88% у 2018 р. ). Що стосується структури інноваційних витрат, переважна їх частина у 2018 році була скерована на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (68,1%) та дослідження і розробки (26,3%).

В сучасних умовах конкурентоспроможність економіки країни значною мірою визначається досягненням високого рівня інноваційної діяльності підприємств. Саме тому інноваційний розвиток вітчизняного підприємництва повинен забезпечити позитивну динаміку у соціально-економічному розвитку держави та забезпечити міцні конкурентні позиції в глобальному економічному просторі.

#### **Список використаних джерел**

1. *Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. / Пугач А. М., Демчук Н. І., Довгаль О. В., Крючко Л. С., Тягло Н. В. ФОП Швець В. М., 2018. 348 с.*
2. *Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму. URL: <https://www.weforum.org/>.*
3. *Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/09/zb\\_nauka\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/09/zb_nauka_2018.pdf).*

## ТРУДНОЩІ ВИБОРУ СИСТЕМИ ОБМІННОГО КУРСУ В ДОЛАРИЗОВАНІЙ ЕКОНОМІЦІ (ПРИКЛАД УКРАЇНИ)

Вимушений перехід до “плавання” гривні навесні 2014 р. та запровадження політики таргетування інфляції в наступному 2015 р. не вирішили проблему вибору системи обмінного курсу. Формально в Україні практикується плаваючий обмінний курс, але на прикладі подій осені 2019 р. – весни 2020 р. неважко помітити, що Національний банк України досить часто вдається до валютних інтервенцій, що становить елемент “керованості” обмінного курсу і може перешкоджати досягненню оголошеного інфляційного таргету. Зокрема, під тиском впливових експортерів зазвичай виникає “острах” щодо зміцнення грошової одиниці, що зумовлює надлишкову пропозицію грошової маси (так званий “грошовий навис”), а це призводить до надмірної девальвації та прискорення інфляції на випадок порівняно незначних цінових шоків. Втім, така ситуація не нова і добре ілюструє труднощі політики обмінного курсу в доларизованій економіці, коли валютні активи стають засобом хеджування ризиків цінової і грошової нестабільності. Наприкінці 2019 р. частка валютних депозитів становила 30% вартості всіх банківських депозитів, що практично відповідає показнику докризових 2010-2012 рр. Хоча від початку 2017 р. частка валютних депозитів виявляє тенденцію до зниження (в 2015-2016 рр. цей показник перевищував 35%), чергові кризові явища зразка весни 2020 р. з певністю дозволяють стверджувати, що доларизація ще довго залишатиметься вагомим чинником поведінки обмінного курсу, який не менш відчутно впливатиме на ефективність політики таргетування інфляції.

Як зауважено ще на початку 2000-х років, помилково ототожнювати політику таргетування інфляції з плаваючим обмінним курсом, адже насправді йдеться про прикріплення обмінного курсу до “кошика” товарів і послуг [2]. “Плавання” грошової одиниці може бути ефективним лише за умови, що в такому “кошику” переважають товари внутрішньої торгівлі, які не можуть експортуватися або слугувати заміниками для товарів імпорту. Чи більш відкритою є економіка (це передбачає переважання товарів експорту-імпорту або зовнішньої торгівлі), тим більше аргументів на користь стабільності обмінного курсу. В доларизованій економіці нестабільність обмінного курсу може бути ще гіршим чинником, ніж нестабільність ВВП. Передусім йдеться про сильний зв’язок між обмінним курсом та інфляцією. З огляду на цю та інші обставини (недовіра до влади, використання іноземної валюти для розрахунків та заощаджень) для доларизованої економіки пропонується використання валютних резервів для згладжування коливань обмінного курсу [1].

Оскільки для України зв’язок між обмінним курсом та інфляцією традиційно розглядається однією з найбільш яскравих структурних характеристик, становить практичний інтерес емпірична оцінка такої функціональної залежності та її можливої модифікації після переходу до політики таргетування інфляції в 2015 р. Якщо зв’язок між обмінним курсом та інфляцією слабне, це об’єктивно послаблює потребу валютних інтервенцій НБУ. Інакше необхідно шукати способів підтримки оптимальної динаміки обмінного курсу.

Для оцінки залежності інфляції споживчих та оптових цін від змін обмінного курсу використано таку статистичну модель:

$$P_{i,t} = Y_t \beta_t + \varepsilon_t, \quad (1)$$

$$\beta_t = \beta_{t-1} + \xi_t, \quad (2)$$

де рівняння (1) і (2) характеризують функціональні залежності та особливості визначення гнучких коефіцієнтів, відповідно.

Досліджувалася залежність споживчих ( $spi_t$ ) та оптових цін ( $ppi_t$ ) від номінального ефективного обмінного курсу ( $neer_t$ ). Якщо для споживчих цін йдеться про вагому частку

товарів зовнішньої торгівлі у загальному рівні цін, то в другому – про залежність цін внутрішньої торгівлі від обмінного курсу. В обох випадках вектор залежних змінних  $Y_t$  враховував лагові значення показників інфляції. Вектор гнучких коефіцієнтів  $\beta_t$  визначено за допомогою рекурсивної процедури. Окрім амплітуди відповідного ефекту, можна простежити ймовірні структурні зміни в характері функціонального зв'язку.

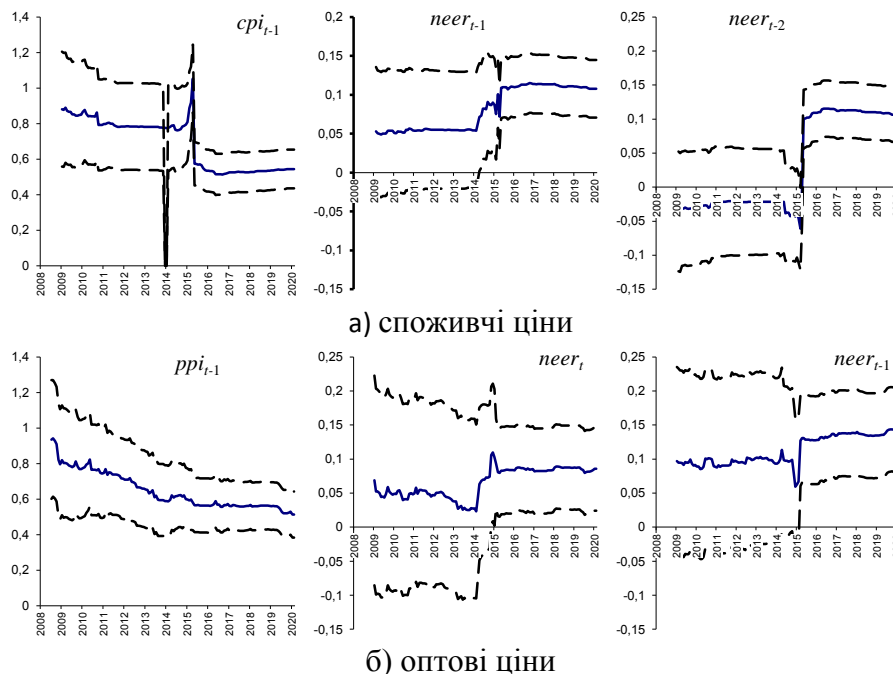


Рис. 1. Вплив обмінного курсу на інфляцію, 2014-2019 рр. (власні розрахунки за даними МВФ International Financial Statistics ([www.imf.org](http://www.imf.org)))\*

\*Примітка: оцінки гнучких коефіцієнтів подано в довірчому інтервалі  $\pm 2$  стандартних відхилення.

Отримані результати представлено на рис. Виразно помітно, що з переходом до політики таргетування інфляції пряма залежність між обмінним курсом та цінами посилюється для обох показників – споживчих і оптових цін. З часовим лагом у два місяці сумарно девальвація гривні на 1% створює прискорення інфляції споживчих цін на 0,25%. Для оптових цін вплив обмінного курсу більш оперативний і з'являється на статистично значущому рівні лише після 2015 р. Також можна зауважити, що з переходом до таргетування інфляції істотно послабилася інерційність  $CPI_t$ , тоді як для оптових цін подібна тенденція відновилася лише з початку 2019 р.

Підсумовуючи отримані результати, для України підвищена вразливість цін в обох секторах – внутрішньої і зовнішньої торгівлі – до змін обмінного курсу становить істотну перешкоду для вільного “плавання” гривні, адже за таких умов неминуче виникатиме нестабільність інфляції, що вимагатиме підвищення процентної ставки, а це провокуватиме нестабільність доходу – ВВП і промислового виробництва.

#### Список використаних джерел

1. Airaudo M., Buffie E., Zanna L.-P. Inflation Targeting and Exchange Rate Management In Less Developed Countries. *Journal of International Money and Finance*. 2018. Vol. 81(C). P. 159–184.
2. Calvo G. Capital Markets and the Exchange Rate with Special Reference to the Dollarization Debate in Latin America. *Journal of Money, Credit and Banking*. 2001. Vol. 33. No. 2. P. 312–334.

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

**Барна М. Ю.**

перший проректор, д.е.н., професор  
Львівський торговельно-економічний університет,

**Табака Н. М.**

начальник управління туризму та курортів  
Львівська обласна державна адміністрація

### ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ У ПАНДЕМІЙНИЙ ТА ПОСТПАНДЕМІЙНИЙ ПЕРІОД

Пандемія COVID-19 вплинула на всі без винятку галузі світової економіки. Всесвітня туристична організація прогнозує, що цього року міжнародні подорожі здійснить один мільярд осіб, тобто на третину менше, ніж у 2019 році, коли кількість подорожніх становила 1,4 мільярда людей. У всьому світі налічується 217 туристичних напрямків до яких належать країни, території і острови. Сьогодні на всіх напрямках продовжують діяти обмеження на поїздки, а 156 держав і територій повністю закрили свої кордони для міжнародного туризму. Згідно з наявними даними, в Європі міжнародний туризм був заборонений на 83 % напрямків, в Північній і Південній Америці – на 80 %, в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – на 70 %, на Близькому Сході – на 62 %, в Африці – на 57 % [1]. На сьогоднішній день ці заходи не були скасовані або пом'якшені ні на одному з напрямків. Через такий стан справ, у порівнянні з іншими основними секторами економіки, туризм постраждав від пандемії COVID-19 найбільшою мірою.

Туризм є життєво важливий для мільйонів людей, зайнятих в цьому секторі, особливо в країнах, що розвиваються. Відновлення туризму дозволить людям повернутися на робочі місця і забезпечить прилив коштів, необхідних для розвитку країн в цілому. Всесвітня туристична організація тісно співпрацює з міжнародними організаціями, урядами і приватним сектором з тим, щоб вони змогли своєчасно почати відновлення туризму, проявляючи при цьому відповідальний підхід. Генеральний секретар Організації не раз звертався до міністрів великої двадцятки і ЄС із закликом – долаючи кризу, приділяти туризму пріоритетну увагу.

Подорожі та туризм вимагають термінової підтримки і конкретних пакетів заходів щодо пом'якшення наслідків із підтримкою робочих місць і забезпеченням ринкового потенціалу відразу ж після надзвичайної ситуації. Економічний і соціальний вплив туризму є надзвичайно великий і в цьому сенсі випереджує будь-який інший сектор економіки. Туризм втілює можливості розвитку у світі, внутрішній туризм сприяє зміцненню згуртованості всередині країн, відіграє ключову роль в активізації зусиль для збереження та популяризації природної та культурної спадщини.

Всесвітньою туристичною організацією за участю членів Кризового комітету з туризму, що складається з представників держав-членів ЮНВТО, Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО), Міжнародної морської організації (ІМО) і приватного сектора – афілійованих членів ЮНВТО, Міжнародної ради аеропортів (АСІ), Міжнародної асоціації круїзних ліній (СІА), Міжнародної асоціації повітряного транспорту (ІАТА) і Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC) було складено Рекомендації з підтримки робочих місць та економік через подорожі та туризм. Ці рекомендації спрямовані на надання підтримки урядам, приватному сектору та міжнародній спільноті у подоланні безпрецедентної соціально-економічної надзвичайної ситуації, якою є COVID-19.

Національна туристична організація України в партнерстві із Всесвітньою Радою по Туризму і Подорожам (WTTC) для ефективного відновлення і пом'якшення наслідків пандемії COVID-19 презентували серію протоколів для основних галузей туристичного сектора України та запроваджують особливу відзнаку “Подорожуй безпечно (Safe travels)”

[2]. Частина протоколів включає надання державному та приватному секторам розуміння та інструментарію для взаємодії та імплементації для забезпечення того, щоб люди були і відчували себе в безпеці та з метою існування спільних правил. Такі протоколи стосуються сфери гостинності, атракцій, вуличної торгівлі, обслуговування у аеропортах та на бортах літаків, короткострокової оренди, організації круїзів, роботи туроператорів, діяльності конференц-центрів та МІСЕ, прокату автомобілів та страхування. Особливістю протоколів є те, що у них враховані діючі вказівки Всесвітньої організації охорони здоров'я і які постійно оновлюються відповідно до нової інформації про COVID-19.

Підприємства, які впровадили власні протоколи охорони здоров'я та гігієни, які узгоджуються з новими нормами і міжнародними стандартами щодо забезпечення безпеки як співробітників, так і мандрівників мають право безкоштовно використовувати особливу відзнаку "Подорожуй безпечно (Safe travels)", яка буде візуалізувати туристу відповідність підприємства нормам безпеки (рис. 1).



Рис. 1. Зовнішній вигляд відзнаки "Подорожуй безпечно (Safe travels)"

Одним з основних дієвих напрямів відновлення туристичної галузі у пандемійний та постпандемійний період є урізноманітнення ринків, продуктів і послуг, що можна досягти шляхом диверсифікації туризму для уникнення залежності від одного виду діяльності або ринку; підвищенням конкурентоспроможності внутрішніх і внутрішньорегіональних поїздок; вивчення змін у попиті, споживчих перевагах та поведінці споживачів; розроблення нових туристичних продуктів із орієнтуванням та сільські території; сприяння, розширення програм соціального туризму, орієнтованих на літніх людей, сім'ї, молодь та людей з інвалідністю.

Львів та Львівська область активно працюють у цьому напрямі. Було вивчено та проаналізовано попит та поведінку споживачів та виявлено основні пріоритети, яким надають перевагу споживачі у бажанні подорожувати. Встановлено, що більшість громадян бажають подорожувати на власному транспорті, надають перевагу не тривалим подорожам, цікавляться безпекою подорожі з точки зору уникнення можливості зараження та розповсюдження COVID-19.

Враховуючи зміни у попиті, Управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації, розробило та пропонує кілька одноденних маршрутів для індивідуальних поїздок у межах власного проєкту "Погнали Львівщиною", у якому щотижня розповідають про різноманітні напрямки для відпочинку, звертаючи увагу мандрівників на найцікавіше. Крім того, пропонується об'єднання подорожуючих у, так звані, авто каравани, коли збирається декілька автомобілів, які подорожують за одним маршрутом.

Саме концентрація на внутрішньому туризмі, пропонування нових туристичних продуктів, у яких враховуються сучасні реалії безпечних подорожей у кризовий період дасть можливість туристичній галузі кожної країни, регіону відновитися і знову утвердитися як ключова складова національної економіки.

#### **Список використаних джерел**

1. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/events/tourism-sustainability-and-statistics-in-the-time-of-covid-19>.
2. Національна туристична організація України. URL: [http://www.ntoukraine.org/covid19\\_ua.html](http://www.ntoukraine.org/covid19_ua.html).

## **ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНАЛЬНИХ КЛАСТЕРІВ**

Інноваційність розвитку туристичного напрямку пов'язана зі створенням та раціональним функціонуванням регіональних кластерів. Особливо це стосується туристично-активних регіонів, що мають значний оздоровчо-рекреаційний потенціал в становленні зеленого туризму і пов'язані з активізацією здійснення процесів державно-приватного партнерства. Створення туристичних кластерів навколо рекреаційних зон є перспективною формою внутрішньої інтеграції, що спрямована на отримання синергетичного ефекту за рахунок зростання ефективності туристичних продуктів та оптимізації фінансово-господарської діяльності усіх підприємств-учасників туристичного кластеру.

Основними завданнями кластерного розвитку є участь зацікавлених підприємств у формуванні та функціонуванні туристичних кластерів та активізації процесів державно-приватного партнерства. Здійснення такого завдання передбачає участь туристичних організацій у формуванні туристичних кластерів на певних територіях, що спрямовані на розвиток зеленого туризму та задіянні активних рекреаційно-оздоровчих центрів, що характеризуються високим рівнем особливих лікувальних властивостей. В межах таких кластерів забезпечується ефективна взаємодія, за сприяння органів державної влади та місцевого самоврядування, наукових та медичних установ. Це дозволить придумувати нові технології та інновації у створенні нових туристичних продуктів та сервісів, що можна було б раціонально використати в межах утвореного кластеру. А такий підхід дозволить значною мірою спростити доступ туристичних організацій до отримання інноваційних продуктів для їх подальшої комерціалізації і, що важливо до кооперування в рамках кластеру різноманітних підприємств, що мають дотичність до туристичної діяльності.

Визначення та реалізація пропонованого напрямку кластеризації спрямована, перш за все, на підвищення економічної ефективності та конкурентоспроможності туристичних підприємств, що відносяться до певного кластеру, стимулювання їх інноваційного розвитку, розширення доступу до інформаційних систем за рахунок активізації потоків обміну інноваційною інформацією, розширенням локальних ринків праці та забезпеченням кадровими ресурсами, а також значної економії та зменшення собівартості туристичних послуг та продуктів внаслідок спільного використання наявних цінних оздоровчо-рекреаційних ресурсів та інфраструктури, розвитку кооперування та спеціалізацій підприємств на окремих специфічних послугах та продуктах.

Важливу роль в кластеризації відводиться державно-приватному партнерству. Активізація цього процесу пов'язана з ініціювання та залученні до цього процесу органів державної та регіональної влади та місцевого самоврядування до організації об'єднання підприємств та суміжних організацій всіх форм власності, а також наукових, медичних та освітніх закладів, що мають відношення до продукування відповідних послуг та продуктів, та зацікавлені в їх комерціалізації в межах кластеру.

В результаті впровадження та розвитку туристичних кластерів зростає рівень соціально-економічного життя цих регіонів та зростає їх інвестиційна привабливість, а також, зміцнюються зв'язки між бізнесом, банківськими організаціями та владою. Внаслідок цього буде активізуватись розробка та фінансування інфраструктурних проектів, що в результаті забезпечить ефективність діяльності підприємств-учасників і підвищиться рівень туристичних брендів.

Отже, створення туристичних кластерів стимулюватиме ріст соціально-економічного рівня регіону.

Трут О. О.  
д.е.н., професор  
Львівський торговельно-економічний університет,  
Лящук К. П.  
викладач

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

## КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

**Практична реалізація концепції соціальної відповідальності організації вимагає розуміння та усвідомлення вітчизняними менеджерами базових принципів і правил, зважаючи на її управлінську природу. Адже результативність управління соціальною відповідальністю сучасної організації значною мірою залежить від того, яких принципів дотримуються її керівники, приймаючи управлінські рішення, і які методи вони застосовують для їх реалізації.**

Загальновідомо, *принципи менеджменту* – це правила, норми управлінської діяльності, відповідно до яких створюється, функціонує і розвивається система менеджменту організації. Принципи менеджменту є узагальненням практичного позитивного управлінського досвіду і ґрунтуються на певних законах та закономірностях суспільного розвитку [2, с. 38].

Загальні принципи менеджменту обґрунтовані та сформульовані на початку ХХ ст. **основоположниками наукового менеджменту, а саме Ф. Тейлором, А. Файоном, Е. Харрінгтоном та ін.** У часи бурхливого розвитку індустріального виробництва домінуючим підходом до управління підприємствами була стандартизація діяльності, регламентація процесів та дій персоналу.

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. Головна увага в управлінні спрямовується на людей як носіїв інтелекту. Сьогодні менеджмент зосереджує свої зусилля на тому, щоб навчити працівників спільно діяти і тим самим досягти синергізму (від грец. *synergos* – спільно) в роботі; передбачає чесність і довіру в ділових відносинах – етику в бізнесі оголошено “золотим правилом”; прагне сформувати таку організаційну культуру, яка б стимулювала саморозвиток працівників і їх бажання бути рівноправними членами організації [1, с. 17].

Зважаючи на це, найважливішими стають ті принципи, які дають змогу повністю розкрити потенціал людини і спрямувати його на користь організації та суспільства загалом:

- розвиток творчих здібностей персоналу;
- залучення співробітників до розроблення управлінських рішень;
- опора на систему гнучкого лідерства серед персоналу та особисті контакти працівників із зовнішнім оточенням;
- постійна і цілеспрямована підтримка індивідуальної ініціативи працівників організації зі стейкхолдерами;
- чесність і довіра в ділових відносинах;
- орієнтація на високі стандарти роботи і прагнення до нововведень;
- обов’язкове визначення розміру внеску працівника у загальні результати;
- орієнтація на перспективу розвитку;
- опора на загальнолюдські цінності та соціальну відповідальність бізнесу перед людьми та суспільством загалом.

Наведені вище принципи взято за основу *сучасної парадигми менеджменту*. Використання їх дає змогу будь-якій організації розвиватися, видозмінюватися відповідно до вимог часу. Сьогодні в практичній професійній діяльності зарубіжних менеджерів вони є



фундаментальною основою, органічною складовою систем управління фірмами, корпораціями. Їх ігнорування є неможливим, оскільки це об'єктивна закономірність управління сучасним суспільним виробництвом. Проте, на жаль, не спостерігаємо їх у практиці професійного управління вітчизняними організаціями та підприємствами.

Загальні принципи управління організацією трансформуються менеджерами в конкретні, зважаючи на *принципи соціальної відповідальності організації*. Принципи соціальної відповідальності організації визначено державним стандартом України ДСТУ ISO/CD 26000:2009 “Системи управління соціальною відповідальністю” [3].

Загальною метою соціальної відповідальності організації є максимальне збільшення її внеску в сталий розвиток та підвищення задоволеності зацікавлених сторін. Наразі не існує всеосяжного переліку принципів соціальної відповідальності. Принципи соціальної відповідальності, що наведені в стандарті є базовими та з часом можуть бути змінені.

Стандартом встановлено *сім основних принципів соціальної відповідальності*, які менеджмент організації повинен застосовувати для поліпшення функціонування системи управління соціальною відповідальністю:

1. *Підзвітність* – менеджмент організації зобов'язаний звітувати щодо впливу результатів своєї діяльності на суспільство і довкілля.

2. *Прозорість* – менеджмент організації повинний розкривати в зрозумілій, збалансованій і правдивій формі інформацію про політику, рішення та результати діяльності, зокрема їх фактичний і можливий вплив на суспільство і довкілля. Прозорість не означає розкриття службової інформації, а також інформації, що захищена відповідно до законів або може спричинити порушення правових зобов'язань.

3. *Етична поведінка* – демократичний стиль управління, що ґрунтується на принципах етики і суспільної моралі, і поширюється як на внутрішніх, так і зовнішніх стейкхолдерів організації.

4. *Повага до інтересів зацікавлених сторін* – менеджери організації ухвалюють управлінські рішення зважаючи на інтереси її зацікавлених сторін та всебічно взаємодіють з ними.

5. *Дотримання верховенства закону* – менеджери організації дотримуються вимог усіх чинних законів і правил, вживають заходів, аби бути обізнаними про застосовані ними закони і правила, та інформують осіб в організації, відповідальних за їх дотримання.

6. *Дотримання міжнародних норм поведінки* – менеджмент організації необхідно поважати міжнародні норми, які є важливими для сталого розвитку і добробуту суспільства.

7. *Дотримання прав людини* – менеджери організації повинні визнавати важливість прав людини, поважати права, зазначені у Всесвітній декларації з прав людини.

Принципи управління соціальною відповідальністю організації конкретизують та уточнюють загальні принципи менеджменту, знання та врахування яких у сучасному менеджменті організації є передумовою її успішного розвитку. Ці правила мають визначати філософію ведення бізнесу, організаційну поведінку, формувати уявлення менеджерів про очікування та інтереси внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів організації.

**Очевидно, реальний механізм дії принципів управління соціальною відповідальністю організації полягає у визнанні і дотриманні вимог цих принципів лінійними менеджерами під час здійснення управлінського впливу на внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів організації. Втім досвід показує, що зазначені принципи висувають більш високі професійні вимоги до суб'єкта управління соціальною відповідальністю організації – лінійних менеджерів організації. Тому менеджмент вітчизняних організацій і підприємств має бути засобом, за допомогою якого організація формує свою соціальну відповідальність, творить корпоративну культуру, цінності й переконання.**

#### *Список використаних джерел*

1. Друкер П. *Эффективное управление*. П. Друкер : пер. с англ. М. Котельниковой. М. : Изд-во “Астрель”, 2006. 284 с.
2. Кузьмін О. Є., Мельник О. Г. *Основи менеджменту*. К. : Академвидав, 2007. 414 с.
3. URL: [http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id\\_doc=74407](http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page.html?id_doc=74407).

## **ПРОЦЕСИ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Забезпечення екологічності стає актуальним і необхідним трендом розвитку готельних підприємств. Екологічні проблеми займають провідне місце в діяльності Міжнародної асоціації готелів та ресторанів (IHRA). Враховуючи їх важливість, ще у 1996 р. Міжнародна асоціація готелів (попередник IHRA) спільно з Міжнародною ініціативою з охорони навколишнього середовища (International Hotels Environment Initiative, IHEI) та Програмою ООН з навколишнього середовища (United Nations Environment Programme, UNEP) оприлюднили спеціальні матеріали “Екологічний пакет заходів для готелів: практичні кроки на користь вашому бізнесу та навколишньому середовищу”, в яких намагалися сприяти становленню екологічного менеджменту готелів. Відповідно до цих документів, для забезпечення своєї екологічності готелі повинні зменшити вплив на навколишнє середовище за допомогою енергозбереження, скорочення відходів, збереження води, а також заохочувати своїх працівників та гостей перевіряти кожну свою дію для мінімізації такого впливу. Загалом Міжнародна ініціатива з охорони навколишнього середовища об’єднує провідні міжнародні готельні компанії світу в цілях забезпечення екологічної та соціальної відповідальності в галузі. Для цього пропонуються практичні продукти і програми екорозвитку готелів, вирішуються різні проблеми в рамках спільних робочих груп.

Відповідно до актуальності заходів по збереженню навколишнього середовища, в готельній індустрії сформувалася концепція екологічного готелю як якісно продуманої системи комфортного життя в гармонії з оточуючим світом. Основними особливостями цієї концепції є: залежність від природного середовища; екологічна стійкість, внесок у збереження навколишнього середовища, забезпечення екологічної підтримки кадрів, врахування місцевої культури, забезпечення економічної віддачі для місцевої громади, дотримання суворих “зелених” принципів, які гарантують отримання безпечного, нетоксичного й енергозберігаючого житла. Тобто, основною відмінною рисою екологічного готелю є ідеологія близькості людини і природи та побудована на цій основі складна система заходів, спрямованих на зниження впливу антропогенної діяльності на оточуюче середовище. Відповідно до міжнародних стандартів вплив на оточуюче середовище готельних підприємств оцінюється за такими напрямками:

- 1) повітря: запах (виробництво і споживання електро- і теплоенергії; приготування їжі; транспорт, який використовується туристами та персоналом);
- 2) вода: водопостачання, споживання води (на кухні, при прибиранні, в сауні, номерах, при наданні послуг);
- 3) ґрунт і ґрунтові води: охорона ґрунтових вод (при наданні послуг, утилізації відходів);
- 4) шум: склад і рівень шуму (в місцях відпочинку, при наданні послуг);
- 5) візуальний вплив: територія, оточуюча місцевість, ландшафт, будівлі, маркетинг, відходи, туристичні послуги.

Обов’язковою умовою для присвоєння готельному підприємству статусу “екологічний” є його екологічна сертифікація, яка проводиться компетентною незалежною організацією, яких сьогодні у світі є досить багато. Серед найбільш авторитетних варто відзначити такі.

British Airways Holidays (BAH) – один з найбільших авіаперевізників і туроператорів в світі. Компанія регулярно проводить моніторинг готелів Карибського басейну і надає всіляку підтримку готельним підприємствам з хорошим екологічним менеджментом. Крім того, її співробітники спостерігають, наскільки дана технологія управління підходить готельній індустрії. Робота BAH, пов’язана з підготовкою критеріїв економічного менеджменту, була

першою спробою створити загальні для всіх готелів вимоги, щоб мандрівник міг відразу зрозуміти, на який рівень обслуговування та якості послуг може розраховувати.

Certification for Sustainable Tourism (CST) – одна з провідних та найбільш успішних компаній в галузі впровадження практики екотуризму в західній півкулі. Їй вдалося створити власний ринок шляхом розробки державної програми екологічного менеджменту та її активного поширення. Незважаючи на те, що вона орієнтована на туристську галузь в цілому, сертифікуються в основному готелі. Для того щоб отримати знак екоякості, готель повинен мінімізувати свої збитки навколишньому середовищу, а експерти дають оцінку соціально-економічного ефекту від роботи підприємства в конкретному регіоні, проводять інтерв'ю з гостями та менеджментом. Кожен критерій описує безліч дій, і система в цілому виходить всеосяжною.

Green Globe – британська компанія, активно пропагує і впроваджує екотуризм, працює в більш ніж 50 країнах, повноправний член туристської організації ООН і Всесвітньої ради з туризму і подорожей. Критерії для отримання сертифікації включають основні стандартні вимоги щодо зниження рівня відходів, економії електроенергії, впровадження екологічної системи управління, соціального і культурного розвитку, зниження ризиків, оцінку взаємозв'язку географічного положення готелю або курорту і його вплив на навколишнє середовище.

Компанія Green Key (Данія) розробляє програми сертифікації для готелів, хостелів, конгрес-центрів, будинків відпочинку. Екомаркування даної компанії присуджена 2700 готелям та іншим установам в 56 країнах. Перш ніж отримати знак екоякості, компанія повинна встановити норми споживання і економії води, впровадити систему повторного використання ресурсів, розпочати закуповувати екологічно чисті органічні продукти. Суворі вимоги пред'являються до харчування. В меню повинно бути не менше двох органічних продуктів, хоча б одна закуска з низьким вмістом жирів і одна нежирна основна страва. Крім того, є критерії щодо освітлення, вентиляції, роботи з інвалідами, систем іригації, прибирання сміття.

Touristik Union International (TUI) – провідний туроператор Німеччини з більш ніж п'ятимільйонною клієнтською базою, одним з перших в країні почав пропагувати принципи екологічної відповідальності в туристській індустрії. Серед його членів понад 7000 готелів по всьому світу.

Більшість систем сертифікації у світі базуються на вимогах міжнародного стандарту ISO 14001, який визначає механізм впровадження та функціонування ефективної системи екологічного менеджменту (SEM). Застосування даного стандарту дозволяє:

- ідентифікувати і контролювати екологічні аспекти діяльності підприємства, його продукції і послуг, в тому числі відповідно до вимог екологічного законодавства та інших зацікавлених сторін (місцевих і національних органів влади, комерційних товариств, неурядових організацій, споживачів, співробітників, екологів та ін.);
- поступово знижувати негативний вплив екологічних аспектів підприємства на навколишнє природне середовище, при цьому зберігаючи рентабельність виробництва;
- досягти постійного поліпшення екологічних показників.

Для сертифікації еко-готелів існує також авторитетна система “Лідерство в енергетичному та екологічному проектуванні”. Сертифікат LEED можуть отримати тільки екологічно безпечні споруди. Об'єктивний, загальновідомий у всьому світі рейтинг LEED покладається на економію енергії і води, а також на екологічно безпечну сировину. LEED-система енергозбереження і захисту навколишнього середовища з використанням сонячних батарей.

Система екологічної сертифікації в Україні почала розвиватися недавно. У першу чергу це пов'язано з підписанням Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, відповідно до якої Україна повинна адаптувати систему технічного регулювання до єдиних уніфікованих вимог міжнародних та європейських стандартів. Але ще до цієї події Україна вже мала досвід у впровадженні та популяризації екосертифікації.

Україна першою на пострадянському просторі почала розвивати систему екологічної сертифікації та маркування, керуючись міжнародними стандартами серії ISO 14000 та увійшла до складу Global Ecolabelling Network та гармонізувала 43 екологічні стандарти на товари по послуги. Питання застосування екологічних маркувань та декларацій регулюється на

державному рівні Технічним регламентом з екологічного маркування, який прийнятий в 2011 році. Відповідно до цього документу, суб'єктам господарювання забороняється застосовувати екологічне маркування без підтвердження екологічних переваг шляхом сертифікації.

Щодо вітчизняних готельних підприємств, то їх екологічні декларації можуть бути підтверджені двома способами. Перший – це відповідність вимогам екологічного стандарту СОУ ОЕМ 08.002.30.059 “Послуги з тимчасового розміщення (проживання). Екологічні критерії”, який відповідає міжнародному стандарту ISO 14024 “Environmental labels and declarations – Type I environmental labelling – Principles and procedures”. Згідно цього стандарту, готельне підприємство на добровільних засадах може задекларувати екологічні переваги своїх послуг через: зменшення рівня негативного впливу на навколишнє середовище та здоров'я людини в процесі надання послуг; зниження споживання енергетичних та водних ресурсів; раціональне управління відходами та інше. Акредитованим органом сертифікації на відповідність ISO 14024 є Всеукраїнська громадська організація “Жива планета”. Нажаль, за офіційними даними цієї організації жодне вітчизняне готельне підприємство не задекларувало своїх екологічних переваг.

Другим способом підтвердження екологічності готельних підприємств є сертифікація за програмою Green Key, за офіційними даними якої лише 9 з них отримали екосертифікат, тоді як в Голландії, Франції нараховується майже 650 екологічних готелів, Греції – біля 400, Німеччині – 147. Аналіз українських екологічних готелів засвідчив таке: це мережеві готелі (Radisson Blu, Reikertz, Maison Blanche); розташовані як у великих містах, так і рекреаційно-відпочинковій зоні; за місткістю і великі, і малі. Єдине що є у них спільне, так це те, що всі ці готелі є новозбудованими.

Крім того, в Україні розроблена власна програма екосертифікації “The Host Respects Nature”. Сертифікат надається готельним підприємствам в знак того, що вони відповідають принципам екологічного менеджменту – екологічно дружнього господарювання. Офіційна інформація щодо кількості готельних підприємств, які отримали цей сертифікат відсутня.

У підсумку варто зазначити, що в Україні є суттєві передумови для розвитку екологічних готельних підприємств (наявність рекреаційних ресурсів та територій, розвиток виробництва екологічних будівельних матеріалів, енерго- та водозберігаючих технологій, продуктів харчування тощо), проте певні негативні тенденції (відсутність розвинутої інфраструктури у рекреаційних територіях; неналежний державний екологічний контроль; відсутність належного інформування населення про діяльність екоготелів та інше) уповільнюють темпи впровадження екологічної сертифікації.

**Свидрук І. І.**

д.е.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **УПРАВЛІННЯ КРЕАТИВНОЮ АКТИВНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ НЕОІНДУСТРІАЛІЗАЦІЇ**

Незворотна інтеграція України в світову економічну систему надзвичайно актуалізує питання підвищення наукоємного статусу вітчизняної економіки, адже на сьогодні існує доволі високий ризик посісти місце експортера дешевих людських ресурсів чи стати агросировинним постачальником для розвинених держав. Водночас сучасні тенденції розвитку економічного господарства дозволяють стверджувати про його неухильне спрямування у бік створення високотехнологічних конкурентоспроможних продуктів з високою доданою вартістю. Попри складні соціально-економічні умови, зумовлені гібридною агресією РФ, військовими діями на сході країни та наслідками численних перманентних політичних та економічних криз, глобальним вектором економічного розвитку нашої держави є неоіндустріалізація.

Неоіндустріалізація є результатом переходу на новий технологічний устрій, активізація і впровадження продуктових, процесних, технологічних і управлінських інновацій. Неоіндустріалізація на базі найсучасніших технологій, звичайно ж, потребує повернення частини виробництва на територію економічно розвинених країн [2].

Креативна активність та ефективність інноваційних зрушень суб'єктів вітчизняної економіки суттєво впливає на конкурентоспроможність їх продукції, сприяє збільшенню обсягів її реалізації. Ступінь відповідності застосовуваних технологій та устаткування вимогам високотехнологічного середовища визначає витрато-, ресурсо- та енергомісткість виробничих процесів. Відтак підвищується значення наукоємності конкурентоспроможного виробництва, що ґрунтується на наукових дослідженнях, зв'язках між науковими знаннями і виробничими процесами, безперервному самонавчанні креативного персоналу.

Так, у період 2015-2019 рр. частка підприємств, що впровадили у своїй діяльності науково-технічні інновації, становила 18,4%, з них технологічне оновлення задекларувало 11,8% підприємств, у т.ч. 5,7% підприємств створювали продуктові інновації, 10,3% – запроваджували процесні нововведення (рис. 1).

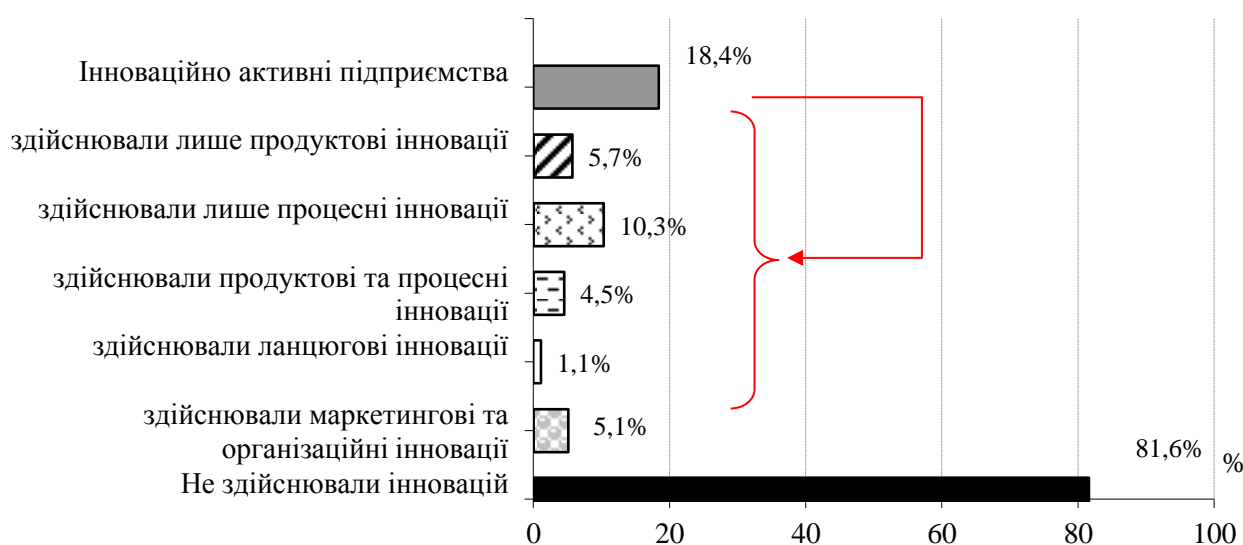


Рис. 1. Розподіл інноваційно-активних підприємств України у 2015-2019 рр. за типами інновацій (за даними [1])

Серед 13,4% підприємств, що здійснювали нетехнологічні креативні розробки, 8,7% стосувалось організаційних інновацій та 10,2% – маркетингових зрушень [1]. Стратегія маркетингового оновлення підприємства переважно має на меті збільшення існуючої ринкової частки та експансію на нові ринки. Особливістю окремих маркетингових креативних розробок є їх віртуальність, що ґрунтується на вірогідності сприйняття потенційним споживачем певного продукту в якості оновленого чи покращеного.

У сфері послуг креативно-інноваційне підприємництво в Україні найчастіше представлене інтернет-підприємцями (у т.ч. інтернет-магазинами), web-фахівцями та креативними студіями з творчими авторськими послугами. Цим сферам найбільшою мірою притаманна висока гнучкість та адаптивність, що до певної міри дає можливість нівелювати високі ризики впровадження креативних проєктів та за необхідності ухвалювати управлінські рішення щодо стрімкого перепрофілювання дослідницьких програм і диверсифікації сфер їх використання.

Окрім підприємств сфери ІТ-послуг, найбільшу креативно-інноваційну активність у 2015-2019 рр. демонстрували великі підприємства з кількістю залученого персоналу 250 і більше осіб (в середньому 39,6% усіх підприємств цього типу), тоді як в середньому і малому бізнесі частки інноваційно-активних підприємств становили відповідно 24,7% та 14,8% [1]. Зрозуміло, що відмова більшості суб'єктів малого і середнього підприємництва від високотехнологічних

креативних розробок свідчить перш за все про їх намагання уникнути додаткових ризиків, що можуть суттєво обтяжити і так не ідеальні фінансово-економічні можливості. Разом з тим, низька креативна активність потужних промислових підприємств прямо вказує на усталену орієнтацію існуючої моделі розвитку вітчизняної економічної системи на низькотехнологічні виробництва і в загальному суттєво знижує конкурентні позиції промислового сектору. Водночас вагомий креативний потенціал вітчизняної промисловості, додатково підсилений активною співпрацею з науковими установами, може стати підґрунтям структурних перетворень і джерелом науково-технологічного прориву нашої держави.

Таким чином, модернізація промислового сектору України потребує активного залучення креативних управлінських схем, здатних спрямувати вектор інноваційного розвитку у бік науково-технологічного прогресу. Це сприятиме зростанню конкурентоспроможності продукції, виробленої з використанням новітніх технологій та інноваційного виробничого устаткування. Додатковими ефектами креативно-технологічної модернізації вітчизняного промислового комплексу, здатними забезпечити його галузеву реструктуризацію, є вихід на нові ринки (а відтак – збільшення обсягів продажів і поліпшення фінансових результатів) та оновлення науково-технологічної бази виробництва з відповідною оптимізацією виробничих процесів.

#### **Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України. Макрофінансові показники. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Решетило В. П. Неоіндустріалізація та її вплив на розвиток вітчизняної та міжнародної економіки URL: [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18\\_3\\_2018ua/6.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_3_2018ua/6.pdf).

**Сидорчук О. Г.**

д.е.н., доцент

Львівський регіональний інститут державного управління  
Національної академії державного управління при Президентові України

### **АКТУАЛІЗАЦІЯ МОДЕЛІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ БЕЗПЕКОЮ В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ**

Перетворення національної безпеки з абстрактної політологічної категорії на базовий параметр практики державного управління відбувається під впливом загальної теорії соціального управління, – свідомого і цілеспрямованого впливу на суспільну систему в цілому або на її елементи. Для його здійснення застосовуються спеціальні управлінські підсистеми, основними функціями яких є регулювання, управління, врядування. Зміст управління виражається через поняття таких функцій або сутнісних моментів управління, як організація, регулювання та координація, за допомогою яких здійснюється вплив на керованих суб'єктів. Множинність об'єктів та суб'єктів соціального управління зумовлює різноманітність його видів, до яких належить і державне управління, що забезпечує організаційний вплив з боку носіїв державно-владних повноважень на суспільні відносини з метою їх регулювання [1].

Поняття державного управління та державного регулювання частково збігаються, оскільки вони спрямовані на впорядкування соціальних об'єктів та процесів. Водночас ці дві категорії мають значні відмінності, пов'язані з використанням специфічних засобів (методів) управлінського впливу. Державне управління являє собою певний вид діяльності органів держави, що має владний характер і передбачає вплив на об'єкти управління шляхом використання певних повноважень. Державне регулювання не може бути здійснене без застосування методів безпосереднього впливу на об'єкти управління, водночас його також пов'язують із використанням непрямих методів управлінського впливу (економічних, заохочення, стимулювання). Питання доцільності та ступеня застосування державного регулювання в економічній теорії розглядається в межах класичної школи (А. Сміт, Т. Мальтус, Д. Рікардо, Дж. Мілль та ін.), що відстоює повне невтручання держави до ринкової економіки, монетаризму М. Фрідмана та його послідовників, які

вважають за доцільне помірне непряме державне регулювання грошової сфери, а також кейнсіанства (Дж. Кейнс, П. Самуельсон та ін.) з ідеями необхідності безпосереднього державного втручання в економіку.

Під державним регулюванням системи соціальної безпеки розуміємо діяльність з гарантування правового та інституційного захисту життєво важливих соціальних інтересів людини, суспільства і держави як суб'єктів соціальної безпеки шляхом запобігання зовнішніх та внутрішніх загроз та мінімізації їх соціально-економічних наслідків.

В парах дефініцій “державний – публічний” та “управління – адміністрування” поняття публічного адміністрування є більш широким, ніж державного управління, оскільки перше містить такі додаткові дефініції, як суспільний, народний, загальнонародний, загальнодоступний, комунальний, відкритий, гласний, а також включає володіння, керівництво, організацію. Публічне адміністрування являє собою ієрархію адміністративних інституцій, які скоординовано вчиняють колективні дії в сфері законодавчої, виконавчої та судової влади для формування та реалізації державної політики, що мають істотні відмінності від управління приватними компаніями та водночас передбачають наявність зв'язків з приватним і громадським секторами. Якщо в державному управлінні об'єктом виступає держава, то в публічному адмініструванні – суспільство. Відповідно, ключовими елементами державного управління є держава і державна влада, а публічного адміністрування – суспільство та публічна влада. Публічне адміністрування виступає складовою публічного управління, що забезпечує зв'язок між державним та публічним управлінням через організацію втілення прийнятих рішень [2]. Отже, державне управління (government), публічне адміністрування (public administration) та публічне управління (врядування) (public governance) є органічно пов'язаними між собою складовими соціального управління.

Можна відзначити характерні риси нової моделі публічного врядування, що уможливорює та полегшує колективні дії через спільно прийняті рішення переважно шляхом горизонтальної координації. Це означає:

- 1) звуження обсягу урядових функцій, частина яких стає надбанням суспільства;
- 2) зміни стилю управлінської діяльності – замість розпоряджень “згори-вниз” здійснюється координація по горизонталі, уряд лише скеровує інші суспільні суб'єкти;
- 3) залучення всіх зацікавлених сторін до управління, завдяки чому підвищується легітимність, ефективність і результативність управлінського процесу.

Модель нового врядування не скасовує такого виду управлінської діяльності, як публічне адміністрування, що залишається професійною складовою процесу управління. Але ключові функції (визначення напрямку розвитку, прийняття й упровадження загальнозначущих рішень, вироблення та здійснення публічної політики), що завжди були прерогативою насамперед виконавчої, а також законодавчої гілок влади, в умовах нової моделі врядування все більше переходять до громадянського суспільства. Нова парадигма впливає з необхідності “роздержавлення” управлінських функцій, включення до процесу управління всіх зацікавлених сторін: уряду, бізнесу, громадянського суспільства, інших суспільних суб'єктів – в інтересах кращої керованості, вищої ефективності та більшої легітимності управлінської діяльності [3].

У процесі переходу від суспільства модерну (індустріального) до постмодерну (суспільства ризику) український соціум перебуває в ситуації підвищеного рівня небезпеки і дефіциту стабільності, спричиненій зовнішніми викликами для незалежності держави, пов'язаними з агресією Російської Федерації на сході України та анексією АР Крим. Це актуалізує завдання забезпечення національної, соціальної, суспільно-політичної, воєнної, інформаційної, культурної, громадської безпеки.

#### *Список використаних джерел*

1. Білокур С. І. Функції державного управління: поняття, особливості, правове регулювання: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.07; Нац. ун-т “Одеська юридична академія”. Одеса, 2015. 194 с.
2. Колесникова К. Співвідношення державного управління та публічного адміністрування у процесі суспільної трансформації. URL: <http://www.kbiara.kharkov.ua/e-book/putp/2013-3/doc/1/06.pdf>.
3. Колодій А. Концепція публічного (нового) врядування в її застосуванні до демократичних і перехідних систем. Демократичне врядування. 2012. Вип. 10. URL: [http://vivacademy.com/vidavnistvo\\_1/visnik10/fail/Kolodij.pdf](http://vivacademy.com/vidavnistvo_1/visnik10/fail/Kolodij.pdf).

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КРИЗИ**

Ресторанний бізнес України є одним з найдинамічніших у своєму розвитку. Цьому сприяли: індустріалізація суспільства і, відповідно, зростання попиту на харчування поза домом, невисокий вхідний поріг (вартість одного квадратного метра ресторану становила 800-1500\$ з урахуванням оренди, ремонту, купівлі меблів, устаткування і продуктів на початковому етапі, тобто у невелике кафе достатньо вкласти від 20 тис. \$), достатньо висока рентабельність (від 15 до 40%), відносно швидкий строк окупності бізнесу (від 10 міс. до 5 років). Однак, в умовах триваючої економічної кризи, виконуючи умови постанови КМУ від 16 березня 2020 р. № 215, ресторанний бізнес вимушений тимчасово, на період карантину, зупинити свою повноцінну діяльність за виключенням тих суб'єктів господарювання, що надають послуги громадського харчування із застосуванням адресної доставки замовлень. Відповідно, у випадку термінового невчинення дій для перепрофілювання звичного режиму роботи, ресторанний бізнес в Україні відзначиться значним зменшенням кількості представлених на ринку закладів. За даними операторів ринку ця ситуація спричинила закриття близько 30 тис. закладів харчування. Обсяги реалізації у ресторанній сфері знизились суттєво: для Києва та Львова майже на 78%, Харкова на 73%, Дніпра – 65%, Одеси – 60%.

Незначна частина закладів, яка надавала послуги доставки своїх страв і до кризи, продовжила роботу змістивши акцент саме на цей спосіб обслуговування. Однак, більшість підприємств харчування не змогли швидко переформатуватись. Зростаючий попит сприяв значному розвитку бізнесу, пов'язаного саме з доставкою їжі.

Ринок організованої доставки їжі в Україні отримав перший поштовх до розвитку із запуску в 2014 році локального сервісу доставки – агрегатора Eda.ua, який об'єднав на одному майданчику усі ресторани з власною службою доставки. На сьогодні це понад 1500 закладів у 29 містах України. На початок 2020 року 25% організованого ринку доставки їжі з 2,37 млрд. грн. (75 млн. EUR) припадало на замовлення, зроблені через агрегатори, решта припадала на заклади харчування.

Новий поштовх для розвитку ринку спричинили міжнародні служби доставки – Glovo та UberEats, які працюють в Україні більше року (Glovo на кілька місяців довше). За рахунок власних кур'єрських служб сервіси значно збільшили кількість закладів харчування, в яких можна замовити їжу.

Однак, слід розуміти, що для невеликих мережевих закладів співпраця зі службами доставки є економічно не вигідною. Середня вартість послуги вітчизняних сервісів доставки становить 25-35% суми замовлення, що суттєво здорожчує замовлення.

Разом з тим, компанії-лідери на ринку доставки сприяють зростанню кількості замовлень у закладі. Так, досвід мережевих закладів свідчить, що співпраця з Glovo та UberEats сприяла збільшенню кількості замовлень в цих закладах у середньому на 2-10%. Як приклад, завантаження в мережі кафе Salateira, з початку підписання ексклюзивної угоди з Glovo, збільшилося в середньому на 10-15%.

Конкуренція на ринку доволі висока. У боротьбі за співпрацю із закладами харчування сервіси пропонують рестораторам особливі умови. Так, за відмову від співпраці з іншими сервісами Glovo знижує комісію для закладу і пропонує додаткове просування (на таких умовах укладено договори з McDonald's, KFC та іншими мережами). Таким чином компанія витісняє конкурентів, переконуючи відмовитися від співпраці з ними (зокрема з Uber Eats). В кінцевому результаті, сервіс Uber Eats протримався на українському ринку всього дев'ятнадцять місяців і на початку березня 2020 року оголосив про припинення своєї роботи.



Для підвищення ефективності роботи у закритому форматі закладу ресторанного господарства доцільно організувати dark kitchen – спеціальну закриту кухню сервісу доставки, де можуть працювати 2-3 ресторани мережі і готувати страви виключно під замовлення. Організація dark kitchen дозволить розширити перелік додаткових послуг. Як приклад, надасть можливість клієнтам здійснювати заміну інгредієнтів при замовленні їжі, тобто формувати так звані “конструктор страв”, обираючи для себе лише бажані інгредієнти.

Ефективність роботи закладів зі службами доставки також можна збільшити за рахунок інтеграції додатків доставки з касами закладів харчування (системами обліку або POS-системами). Як правило, служби доставки відправляють повідомлення про онлайн-замовлення в додатку або на власні планшети, встановлені в закладах. Отримавши замовлення від сервісу доставки, касири вручну вводять його в систему обліку, щоб відправити далі по ланцюжку на кухню. Відсутність інтеграції між додатками доставки і касами призводить до незручностей у роботі: обслуговуючий персонал витрачає багато часу, перебуваючи замовлення або придумуючи гібридні методи обліку доставки, які часто спричиняють виникнення додаткових помилок. До того ж, автоматично отримати повну картину продажів за допомогою сервісів замовлення їжі практично неможливо: розрізнену статистику рестораторові доводиться підбивати вручну. Відповідно, провідним платформам доставки необхідно використовувати інтеграційні пристрої та програми з касами ресторанів. Наприклад, UberEats купила систему онлайн-бронювання orderTalk, щоб використовувати їх досвід інтеграції з касами.

За прогнозами підприємців, у найближчі місяці ресторанний бізнес працюватиме на половину від колишніх потужностей. Це безпосередньо пов'язано з платоспроможністю споживачів, рівнем витрат та видатків. Повноцінно відновитись він зможе лише за пів року за умови, що в найближчі три місяці ресторани будуть повноцінно працювати. За даними Української асоціації рестораторів, приблизно 20% українських закладів харчування, не здолають наслідків карантину. Ще 20% відсотків зачиняться після скасування обмежувальних заходів, через низку факторів ризику.

Зрозуміло, що існуюча криза – це жорстка перевірка бізнесу на ефективність і гнучкість в умовах турбулентності та можливість в умовах вимушеного простою або зниження активності вирішити завдання оптимізації бізнес-процесів та автоматизації підприємства, впровадження нових технологій, щоб вийти з кризи оновленими і з кращою якістю організації та управління. Однак, частина підприємств галузі не зможе здолати цього випробування. Щоб мінімізувати втрати та оптимізувати діяльність закладам харчування необхідно:

- контролювати грошові потоки, зменшуючи значні витрати (домовлятися з орендодавцями про відстрочку платежів, перерозподілити бюджети на більш пріоритетні завдання);

- підвищити ефективність внутрішніх процесів;

- оптимізувати витрати і штат;

- адаптувати бізнес модель під мінливі реалії (оцінити ринкові тенденції, проаналізувати дії конкурентів, виробити нову стратегію на період карантину, розширити/змінити продуктові лінійки);

- вдосконалити систему залучення клієнтів, оптимізувавши процеси пошуку потенційних та втілюючи системний інтернет-маркетинг.

#### **Список використаних джерел**

1. Спорьш К. Основные проблемы ресторанного бизнеса в Украине и как их решают предприниматели. Діло. URL: <https://delo.ua/business/osnovnye-problemy-v-restorannom-biznese-i-kak-ih-363410/>.

2. Вінокуров Я. Opendatabot: через карантин 160 тисяч працівників ресторанного бізнесу залишилися без роботи. URL: <https://hromadske.ua/posts/opendatabot-cherez-karantin-160-tisyach-pracivnikiv-restorannogo-biznesu-zalishilosya-bez-roboti>.

3. Будина Л. Как службы доставки повлияли на работу ресторанов в Украине. URL: <https://retailers.ua/news/management/9335-kak-slujbyi-dostavki-povliyali-na-rabotu-restoranov-v-ukraine>.

## СУТНІСТЬ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

Вплив суб'єктів зовнішнього середовища на організації є потужним і різновекторним, що зумовлює необхідність своєчасного виявлення й оперативного реагування на них, щоб уникнути небезпеки або швидше за конкурентів скористатися новими можливостями.

Зовнішнє середовище являє собою об'єктивні обставини, фактори, що оточують організацію в суспільстві (державі, світі), до яких вона мусить пристосовуватися. Зовнішнє оточення організації дедалі більше стає джерелом проблем для сучасних менеджерів. Власне, керівники вищих і певною мірою середніх рівнів найважливіших для суспільства організацій (ділових, освітніх, державних) під впливом різноманітних подій у світі та державі змушені зосереджувати свою увагу на середовищі, що швидко змінюється, враховувати його вплив на внутрішню будову і розвиток організації [1, с. 110].

Залежно від характеру впливу, зовнішнє середовище поділяють на середовище прямої та опосередкованої дії (рис. 1).

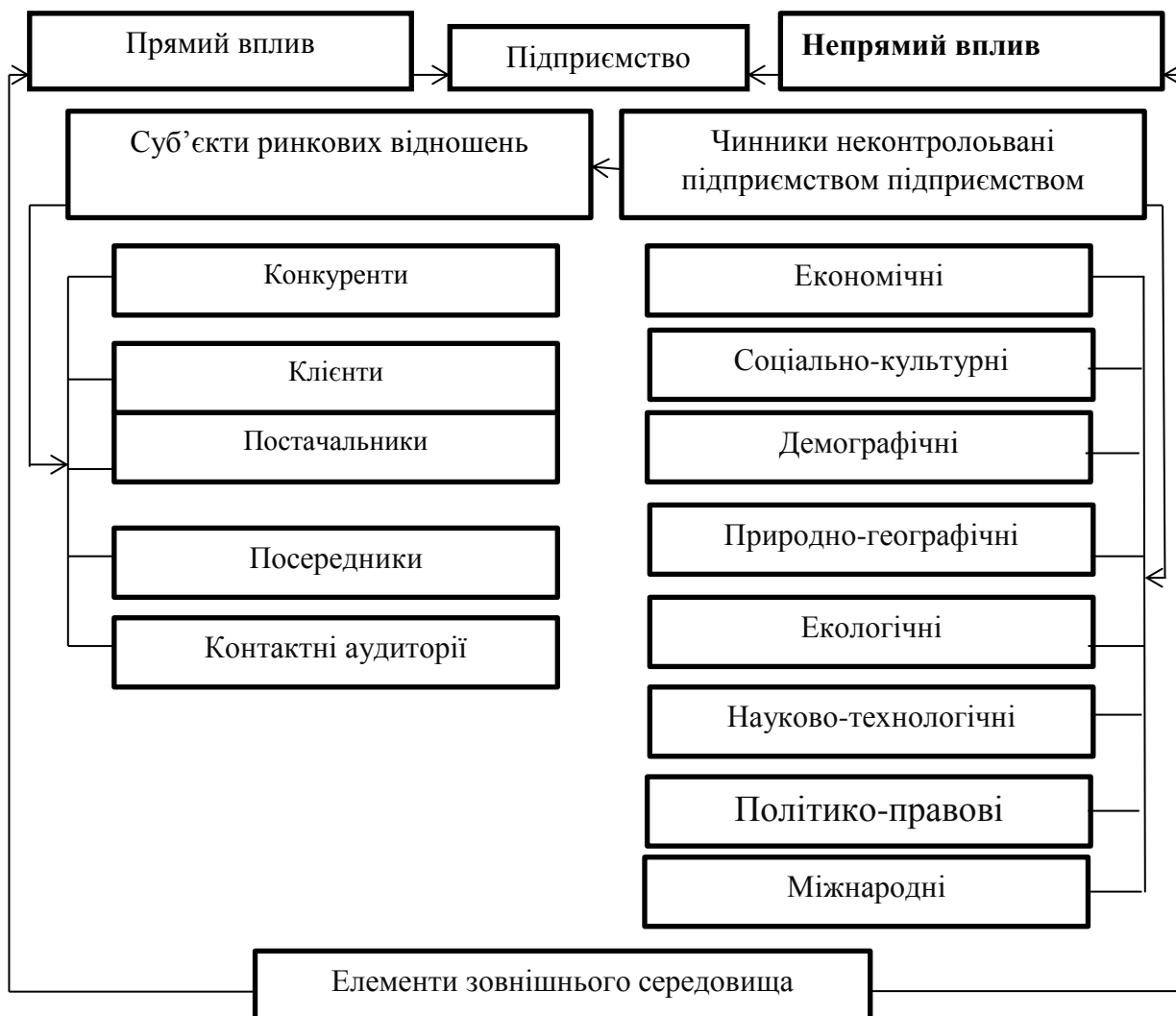


Рис. 1. Елементи зовнішнього середовища підприємства

Складність зовнішнього середовища – це число факторів, на які організація зобов'язана реагувати, а також рівень варіативності кожного фактора. Складнішою є робота тієї організації, на яку впливає більша кількість факторів.

Мінливість середовища – це швидкість, з якою відбуваються зміни в оточенні організації.

Невизначеність зовнішнього середовища – це відносна кількість інформації про зовнішнє середовище та ймовірність її достовірності. Організації, прагнучи зменшити рівень невизначеності зовнішнього середовища, можуть застосовувати дві стратегії – пристосуватися до змін або впливати на середовище з метою зробити його більш сприятливим для свого функціонування. Перша стратегія реалізується через створення гнучких організаційних структур із високим рівнем децентралізації влади. Керівники таких організацій повинні вміло використовувати сучасний інструментарій для прогнозування майбутніх змін, володіти ринковою інтуїцією, так званим “баченням”. Друга стратегія, як правило, доступна лише великим фірмам або таким, які об’єднуються з метою збільшення своїх можливостей. Для впливу на зовнішнє середовище вони можуть використовувати потакну рекламу та ЗМІ, політичну діяльність задля лобювання своїх інтересів, входження у торговельні асоціації із собі подібними тощо [8, с. 336].

Аналіз зовнішнього середовища дозволяє підприємству своєчасно спрогнозувати появу загроз і можливостей, розробити ситуаційні плани на випадок виникнення непередбачених обставин, розробити стратегію, яка дозволить підприємству досягти цілей і перетворити потенційні загрози на вигідні можливості.

#### **Список використаних джерел**

1. Гой І., Бабій В. *Особливості та перспективи формування логістичного середовища в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. № 3. Т.3. С. 110–112.*

2. Волоснікова Н. М. *Формування і розвиток інфраструктурної логістичної безпеки на мікро- та макрорівні. Всеукраїнський нав.-вироб. Журнал “Сталий розвиток економіки”. 2012. № 7 (17). С. 336–339.*

**Колянко О. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет,

**Озимок Г. В.**

к.т.н., доцент

Львівський інститут економіки і туризму

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ТОВАРНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ**

Товарна інноваційна політика – це комплекс заходів з управління розробкою, виготовленням, виведенням на ринок і просуванням на ньому нових товарів (виробів і послуг), які дозволяють повніше реалізувати потенціал підприємства, більшою мірою задовольнити запити споживачів, привести внутрішні можливості розвитку підприємства у відповідність до зовнішніх, що породжуються ринком [1, с. 143].

Її метою є формування ефективного у виробництві, збуті і споживанні товарного асортименту, який збільшує адаптаційні можливості підприємства до змін умов господарювання, забезпечує умови його тривалого виживання й розвитку на ринку.

Основними етапами розробки й реалізації товарної інноваційної політики є:

1. Визначення мети. Зазначену вище загальну мету товарної інноваційної політики конкретизують з урахуванням специфіки конкретного підприємства і умов господарювання на конкретних товарних ринках, звичайно, з урахуванням перспектив їх розвитку.

2. Розробка товарної інноваційної стратегії підприємства. Товарна інноваційна стратегія є однією з головних складових загальноекономічної стратегії розвитку підприємства. Вона має три рівні:

- корпоративний;
- бізнес рівень;
- товарний рівень.

Розробка товарної інноваційної стратегії передбачає застосування інструментарію стратегічного маркетингу: SWOT-аналізу – на корпоративному рівні; GAP-аналізу,

стратегічної моделі Портера, матриці Бостонської консультативної групи, матриці “Мак Кінсі – Дженерал Електрик” – на бізнес-рівні; STP-аналізу – на товарному рівні. Застосування цих інструментів базується на результатах серйозних ринкових кон’юнктурних досліджень, у ході яких визначають: маркетингові характеристики ринку; позиції підприємства у виробництві, управлінні; ринкові і конкурентні позиції підприємства і його продукції; характеристики зовнішнього мікро- і макросередовища [2, с. 56].

3. Оцінка ризиків на етапах розробки і реалізації товарної інноваційної стратегії. На кожному з етапів виділяють властиві їм ризики, а також фактори, що їх спричиняють, оцінюють рівень ризику, розробляють заходи, спрямовані на запобігання, зниження чи компенсацію ризику. Оцінюють доцільність виконання визначених заходів щодо розробки і просування інновації на ринок за наявності ризику і вносять, за необхідності, відповідні корективи – аж до відмови від виконання невиправдано ризикових варіантів товарної інноваційної стратегії чи її окремих частин.

4. Оцінка економічної ефективності реалізації товарної інноваційної політики. З цією метою використовують відомі методики, що передбачають застосування таких показників, як чистий приведений дохід NPV, період окупності PP, індекс дохідності (рентабельності) PI, внутрішня норма окупності IRR. Однак високий ступінь невизначеності і, відповідно, ризику інновацій і інноваційної діяльності взагалі спричинений наявністю неточної, неповної та суперечливої інформації, потребує внесення певних коректив. Як вихідні дані, так і результати розрахунків мають імовірнісний характер, що унеможливує однозначну оцінку ефективності інноваційних проектів, які передбачають упровадження нових чи модифікованих товарів. Тому розрахунки повинні носити багатоваріантний характер, ураховувати можливості різних варіантів розвитку подій у майбутньому, які мають різну ймовірність реалізації[3, с. 23].

Ключовими чинниками розвитку ринку інноваційних товарів є інтенсивність та прозорість конкурентного середовища, кадрове забезпечення інноваційного процесу, прогресивне правове середовище, якість державного управління інноваційним процесом, органічність інтеграції науки і виробництва, рівень розвитку ринкової інфраструктури.

#### **Список використаних джерел**

1. Гудзь О. С. Гармонізація механізму стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 273–277.
2. Ілляшенко С. М. *Маркетингова товарна політика: підручник*. Суми: ВТД “Університетська книга”, 2005. 234 с.
3. Майорова Т. В. *Інвестиційна діяльність: навчальний посібник*. К.: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.

**Коцупей В. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет,

**Клепанчук О. Ю.**

к.е.н., доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

## **УПРАВЛІНСЬКІ ПИТАННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ПРАЦІ ЗА УМОВ ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНСТИТУЦІЙНИХ РЕФОРМ**

Основні завдання державного регулювання внутрішнього ринку праці визначають системний та комплексний вплив як на стимулювання соціально-економічного розвитку, так і на сам розвиток із впровадженням структурних змін та інституційних реформ як ключових засобів його регулювання. Здатність ринку праці вчасно й адекватно реагувати на динамічні процеси соціально-економічних перетворень є визначальною умовою побудови ефективного ринкового механізму вирішення соціальних суперечностей у царині регулювання соціально-трудова відносин. Метою державного регулювання внутрішнього ринку є реалізація пріоритетів державної економічної політики та забезпечення структурно збалансованого ефективного

розвитку внутрішнього ринку за рахунок активного розвитку окремих його сегментів та їх ефективної гармонізованої взаємодії. Необхідність включення до цільових орієнтирів державної політики розвитку внутрішнього ринку праці структурної збалансованості розвитку його сегментів та їх ефективної гармонізованої взаємодії потребує впровадження дієвих механізмів стимулювання відтворювальних процесів, активного та ефективного розвитку структурних сегментів ринку, що зумовлює актуальність цього дослідження.

Проблеми інституційного регулювання ринку праці вже довгий час знаходяться в полі зору багатьох економістів. Незважаючи на доволі великий науковий інтерес до питань інституційного регулювання ринку праці, все ще наявні прогалини в дослідженні окремих правових, економічних, організаційних і соціальних аспектів означеної проблеми. Ринкові перетворення потребують розробки довгострокової політики державного управління розвитком внутрішнього ринку праці та обґрунтування відповідних інструментів.

У загальному розумінні ринок являє собою сукупність економічних і правових взаємовідносин щодо купівлі-продажу товарів. Ринок праці є похідним від ринку ресурсів, значною мірою впливаючи на рівень розвитку інших видів і типів внутрішніх ринків. Підґрунтям формування ринку праці є товарна форма робочої сили. У загальному вигляді це означає, що працівники як власники робочої сили пропонують, тоді як власники капіталу задовольняють власний попит на неї. Відповідно, співвідношення попиту і пропозиції на робочу силу формує її ринкову вартість, яка набуває, зрештою, грошової форми у вигляді заробітної плати.

Специфічність ринку праці проявляється насамперед через віддзеркалення купівлі-продажу робочої сили через соціально-економічні та трудові відносини. На ринкову пропозицію робочої сили впливають як загальний соціально-економічний стан держави (зокрема, рівень мінімальної і середньої заробітної плати, а також рівень заробітної плати за окремими категоріями працівників), так і демографічні показники (чисельність і вікова структура населення). Водночас ринковий попит на робочу силу, враховуючи ці критерії залежності, оперує також поняттями взаємозамінних факторів виробництва (зокрема, основних промислово-виробничих фондів). Заробітна плата як основний інструмент регулювання описаних вище взаємовідносин купівлі-продажу залежить від комплексу факторів, основним з яких є співвідношення попиту і пропозиції. Водночас на рівень оплати праці значний вплив має розвиток механізмів інституційного регулювання зайнятості населення.

До основних сфер управлінського впливу на ринку праці зазвичай відносять процеси працевлаштування, підготовки (перепідготовки) працівників, обіг робочої сили [3]. Взаємодія з іншими ринками проявляється через залучення носіїв робочої сили до виробничо-господарських структур на товарних ринках і отримання оплати за працю на фінансовому ринку. Таку взаємодію можна вважати специфічним інструментом ринку праці, який покликаний узгоджувати ціну одиниці праці та інші умови взаємодії найманого працівника з працедавцем.

Визначальним показником ринку праці вважається частка економічно активного / неактивного населення (у більш вузькому розумінні прийнято оперувати поняттями зайнятих і безробітних [2]). Зазначимо, що економічно активне населення є складовою трудових ресурсів. До цієї категорії відноситься працездатне населення, фізично і розумово здатне до провадження корисної діяльності (табл. 1). Залучення робочої сили до виробничих відносин тісно пов'язане з можливістю її відтворення в якості суспільного продукту, що включає її формування, розподіл і перерозподіл.

Інституційне управління суспільним розподілом на внутрішньому ринку праці доцільно класифікувати за вертикальними рівнями структури економіки, організаційно-економічними формами функціонування, формами та галузями суспільного виробництва. За ознакою структурованості економіки внутрішній ринок праці поділяється на три рівні. Перший характеризується наявністю значної кількості економічно самостійних господарських суб'єктів (підприємства та фізичні особи – підприємці).

Наступний рівень являє собою розгалужену ринкову надбудову, що містить галузеві ознаки. Верхній рівень охоплює галузі економіки, об'єднані спільним рівнем суспільного поділу праці. Вертикальна структура організації виробництва дозволяє візуалізувати міру розкриття

## Стан робочої сили в Україні у 2019 р.

Показник	Розподіл
Зайняте населення, тис. осіб	15 років і старше – 16,7 млн осіб
	15-70 років – 16,6 млн осіб
	працездатного віку – 15,9 млн осіб
Рівень зайнятості, %	15 років і старше – 51,9%
	15-70 років – 58,3%
	працездатного віку – 67,8%
Безробітне населення (за методологією МОП), тис. осіб	15 років і старше – 1 462 тис. осіб
	15-70 років – 1 462 тис. осіб
	працездатного віку – 1 461 тис. осіб
Рівень безробіття (за методологією МОП), %	15 років і старше – 8,0%
	15-70 років – 8,1%
	працездатного віку – 8,4%

Джерело: сформовано за даними [1].

техніко-економічних характеристик видів праці на кожному з описаних рівнів.

## Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України. Ринок праці в 2019 році. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publ11\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publ11_u.htm).
2. Рубежанська В.О. Функції та ключові напрями управління регіональним ринком праці. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 7. С. 582-589.
3. Юрчик І. Б. Аналіз сучасного стану ринку праці в Україні. *Вісник ЖДТУ: Економіка, управління та адміністрування*. 2015. № 1 (75). С. 178-182.

**Кудла Н. Є.**  
к.е.н., доцент,  
**Коцупей В. М.**  
к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## ТИПОЛОГІЯ АГРОТУРИСТИЧНИХ ГОСПОДАРСТВ

Розвиток сільського туризму та агротуристичної діяльності вказує на потребу інноваційного підходу власників садіб та державних і громадських структур до формування пропозиції туристичного продукту та його продажі. Спостереження тенденцій у Карпатському регіоні підтверджують припущення щодо зменшення кількості об'єктів сільської бази розміщення з одночасним підвищенням якості пропонованих послуг. У цьому контексті використаємо напрацювання закордонних вчених та обґрунтуємо представлені моделі [1, с. 283] в реаліях українського ринку сільського туризму (табл. 1).

За вказаними у табл. 1 ознаками можна стверджувати, що сільський туризм в Україні відноситься до старої (традиційної) моделі, якій притаманні: надання основних туристичних послуг (проживання і харчування), низька їх якість, обмежені потреби туристів, пасивний відпочинок й низькі доходи.

Основою агротуристичної діяльності у цій моделі є функціонуюче особисте селянське або фермерське господарство, в основному із вузькою спеціалізацією (бджільництво, рибицтво, садівництво тощо), яке окрім сільськогосподарської продукції пропонує проживання з можливістю самостійного харчування. Пропозиція харчування і відпочинку у господарстві і у найближчому оточенні трактується власниками садіб як додаткова господарська діяльність. Прикладом такої форми сільського туризму є пропозиція розміщення

**Порівняння традиційної та сучасної моделі розвитку сільського туризму**

Елементи	Традиційна модель /старий тип сільського туризму	Сучасна модель /новий тип сільського туризму
Пропозиція	Використання вільних предметів та засобів праці Низька якість та асортимент послуг Низькі компетенції власників садиб	Використання інфраструктури дестинації Висока якість послуг Високий професійний рівень сфери управління
Попит	Вторинний Базовий рівень задоволення туристичних потреб	Первинний Високий рівень задоволення туристичних потреб
Ринок	Дешевий відпочинок, низькі доходи	Високі доходи
Приклад	Господарство пропонує розміщення (і наприклад, самостійного приготування страв) для: сімей з дітьми, активних та інших туристів	Господарство пропонує пакет послуг, пов'язаних із задоволенням потреб туристів (сільське життя, культура, традиції, оточення тощо)

у визначених кімнатах житлового будинку й використання окремого кухонного блоку й засобів для приготування їжі у ньому або окремих господарських споруд пристосованих для прийому туристів.

Низькі бар'єри виходу на ринок є поясненням надмірної кількості об'єктів сільського туризму у визначених дестинаціях карпатського регіону, які в основному пропонують кімнати для гостей. Закономірність ринку полягає у тому, що ведення туристичної діяльності низької якості і обмеженої сфери послуг не генерує високих доходів. Така модель розвитку сільського туризму спричиняє втрату гостей функціонуючими об'єктами сільського туризму з причини невідповідності рівня пропонованих продуктів сподіванням відвідувачів. Сільський туризм асоціюється з дешевим відпочинком, низьким стандартом, не цікавим проведенням вільного часу (без додаткових розваг) та самостійним приготуванням страв.

На фоні функціонуючих об'єктів сільського туризму відповідно до традиційної моделі можна виокремити господарства, які відповідають актуальним потребам суспільства. Сучасний турист шукає неповторної атмосфери місця, гостинності, місцевої кухні, безпосередньої участі господаря садиби та членів його родини у пропозицію часто нестандартних послуг і готельного стандарту (кімната із санітарним вузлом). У виборі об'єкта для сільського відпочинку великого значення має гостинність селянської родини, інфраструктура селянського господарства, високий стандарт проживання, надання ексклюзивних послуг, а також, контакт з природою, чисте повітря, привабливі краєвиди та можливість займатися активними видами туризму.

У сучасній моделі основою розвитку сільського туризму є функціонуюче селянське чи фермерське господарство, власник якого пропонує традиційні умови проживання високого стандарту, послуги харчування з продуктів власного виробництва та пакет додаткових послуг, які дозволяють здобуття автентичних та унікальних вражень та досвіду. Їх можна забезпечити шляхом участі гостей у навчанні народних ремесел (наприклад, плетіння з лози, різьбленні), спільному приготуванні страв (наприклад, ліплення вареників, випікання хліба), пізнання околиці завдяки супроводу і знанням власника садиби. Подорожі до таких дестинацій стають не тільки місцем відпочинку, але і набуття нових вражень та досвіду.

Отже, агротуристична пропозиція охоплює не тільки основні туристичні послуги, а також інші складові так званого розширеного туристичного продукту, до якого входять: консультування, поради, можливість купівлі домашніх продуктів, набуття нових умінь тощо [2, с. 63]. Основні туристичні послуги складаються у пропозиції проживання у будинку селянської родини, надання послуг харчування місцевої кухні, можливості проведення вільного часу з селянською родиною. Пропозиція має поєднувати у собі елементи креативності, автентичності, творчості з високою якістю наданих послуг та прийнятною ціною.

Успіх об'єктів сільського туризму у контексті сформованих чинників у сучасному

трактуванні нового типу дозволяє досягнути власникам поставлених цілей завдяки [3, с. 194]:

- розташуванню (близькість до туристичних об'єктів);
- розумінні потреб і сподівань гостей,
- можливості пристосуванні наявних засобів до вимог відвідувачів;
- бажання здобувати знання;
- артистичним вмінням;
- креативності членів родини;
- економічному розрахунку.

Ключовою ознакою успіху у цьому підході є концентрація на задоволенні потреб гостей, що спричинює розуміння проблематики якості продукту та обслуговування. Розуміння вимог гостя є основою до проектування і надання послуг і продуктів високої якості. Власники об'єктів сільського туризму мають володіти управлінськими компетенціями, які дають розуміння чого прагнуть туристи, завдяки поєднанню сільськогосподарської та туристичної діяльності. Джерелом успіху господарства є створення розпізнавального бренду та забезпечення підприємницької вірогідності, а також використання сучасних способів обслуговування гостей і форм платіжних розрахунків, у контактах з ними використовувати системи електронного бронювання та можливості соціальних мереж.

#### **Список використаних джерел**

1. Ohe Y., Ciani A. *Assessing Demand Characteristics of Agritourism in Italy*, "Tourism and Hospitality Management". 2012. № 8(2). S. 281–296.
2. Кудла Н. С. *Сільський туризм. Основи підприємництва та гостинності* : навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2015. 152 с.
3. Gralak K., Kasprzak M. *Agroturystyka w Rozwoju obszarów wiejskich w Polsce – Stan, problemy i perspektywy*. S. 187–195.

**Миронов Ю. Б.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄВИМ ЦИКЛОМ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ**

Поняття “туристична дестинація” є порівняно новим для українських теоретиків і практиків туризму. Туристичну дестинацію можна охарактеризувати як центр (територію) із засобами обслуговування та послугами для забезпечення потреб туристів. Туристичні дестинації – це країни, регіони, міста й інші території, які вибирають для відвідування туристи.

Ідея того, що туристична дестинація проходить у своєму розвитку періоди, аналогічні життя людини, а саме: народження, зростання, зрілість, старіння та навіть смерть – втілилася у концепції життєвого циклу дестинації. Дана тема є ключовою в менеджменті дестинації, в якому визначення стадій життєвого циклу – необхідний етап, пов'язаний із плануванням дестинації та вибором стратегії її розвитку. Життєвий цикл туристичної дестинації, проходження всіх стадій, не слід сприймати як неминучий процес, а швидше як те, чим можна управляти заради досягнення бажаних результатів.

Зіставлення розвитку дестинації з її життєвим циклом можна зустріти у спеціалізованій літературі ще 60-х років ХХ ст. Одним із перших серед авторів, які почали розвивати цей напрям у туристичній науці, став Вальтер Кристаллер (Walter Christaller) у 1963 р. опублікував статтю “Деякі аспекти розташування туризму в Європі: периферійні регіони – слаборозвинені країни – рекреаційні зони” (“Some Considerations of Tourism Location in Europe: the Peripheral Regions – Underdeveloped Countries – Recreation Areas”) [3, с. 103]. У 1980 році Річард Батлер представив науковій спільноті свою S-подібну модель циклу курорту (*Tourism Area Life Cycle*), згідно з якою дестинація за умов вільного ринку та стійкого попиту проходить п'ять стадій у своїй еволюції:

- 1) дослідження (exploration);



- 2) залучення (involvement);
- 3) розвиток (development);
- 4) зміцнення (consolidation);
- 5) стагнація (stagnation) [2].

У залежності від ефективності управлінських рішень менеджерів дестинації, при настанні стадії стагнації можливі декілька сценаріїв подальшого існування: оновлення, продовження стагнації або ж занепад (рис. 1).

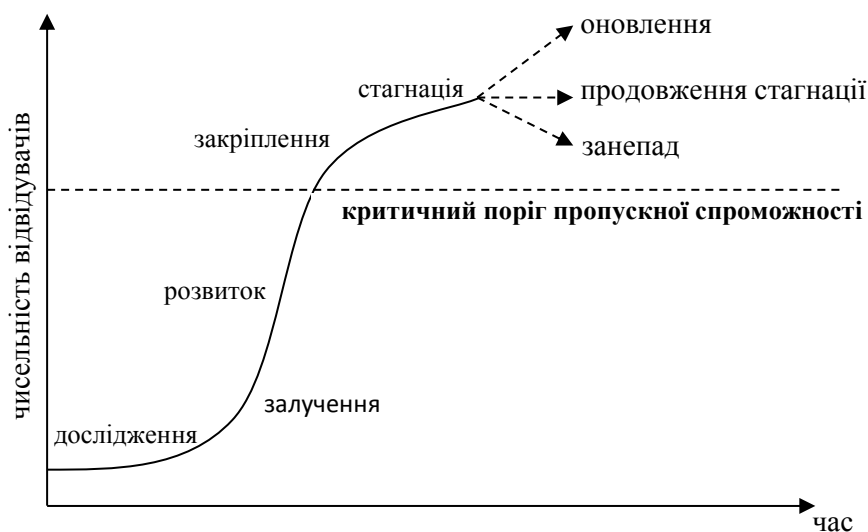


Рис. 1. Життєвий цикл туристичної дестинації на основі моделі Р. Батлера

Головним показником переходу від однієї стадії до іншої є різка зміна кількості туристичних прибуттів і, окрім того, враховується стан навколишнього природного середовища та туристичної інфраструктури, а також ставлення місцевого населення до відвідувачів (туристів).

Тривалість життєвих циклів і кожної стадії окремо можуть сильно відрізнятися у різних туристичних дестинаціях. Транспортна доступність, державна політика в галузі туризму, наявність дестинацій-конкурентів – ці та інші чинники можуть сприяти прискоренню або, навпаки, сповільненню проходження різних стадій циклу. Можливою є і така ситуація, за якої розвиток дестинації припиняється на одному із етапів еволюції.

Ключова претензія науковців до моделі життєвого циклу дестинації Р. Батлера – це її детермінізм, тобто апріорі мається на увазі, що проходження усіх стадій життєвого циклу туристичної дестинації є неминучим. Питання про детермінізм моделі поширюється і на поріг пропускної спроможності туристичної дестинації.

Взявши за основу модель Батлера, можна запропонувати два підходи (альтернативні сценарії) до управління життєвим циклом туристичної дестинації (рис. 2). Перший (сценарій А) – визначається пропозицією, поріг пропускної спроможності залишається незмінним, а управлінські рішення менеджерів дестинації скеровуються на підтримку кількості туристів нижче цього порога за рахунок укороченої стадії розвитку. Таким чином, довга стадія залучення при повільному зростанні прибуттів переходить у стадію зміцнення, фактично минаючи стадію розвитку.

Сценарій Б, який визначається попитом, передбачає традиційну послідовність стадій, розвиток слід за залученням, але при цьому вживаються заходи щодо підвищення порога пропускної спроможності разом зі збільшенням числа прибуттів. Домогтися такого сценарію можливо за допомогою роботи з соціально-культурним впливом туризму та реалізацією освітньо-ознайомчих програм для туристів і місцевих мешканців. Знизити негативний вплив туризму на навколишнє середовище дестинації допоможе посилення регулювання природоохоронної діяльності, впровадження “зеленого маркетингу”. Економічний вимір туризму необхідно коригувати за допомогою активізації місцевого бізнесу та його експансії [1, с. 55-56]. Відтак, сценарій А передбачає реалізацію стратегії управління попитом в сторону його

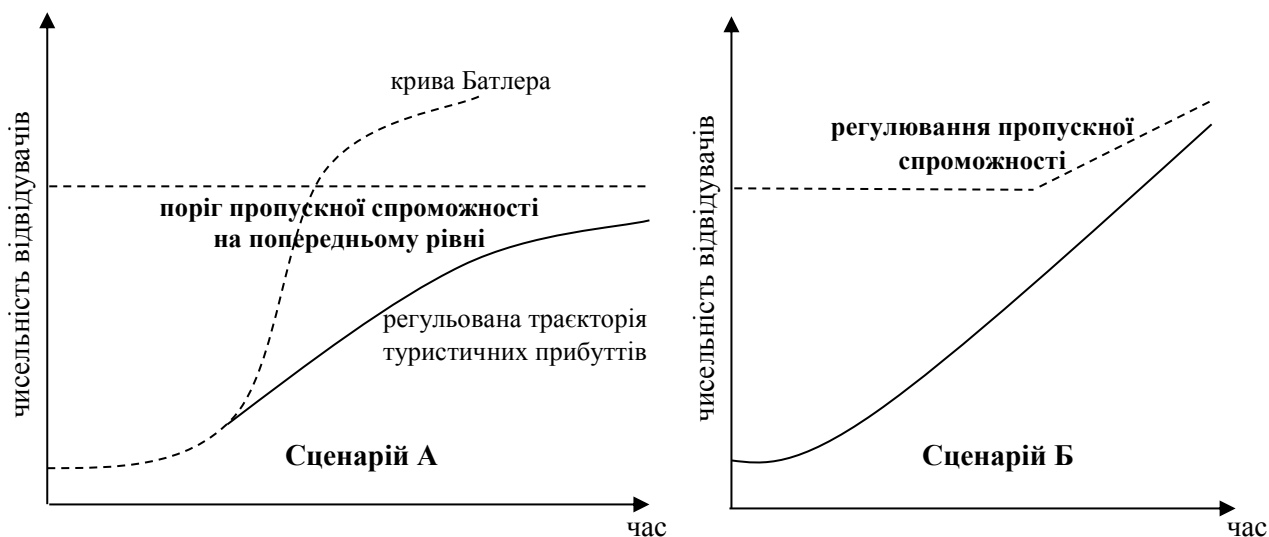


Рис. 2. Альтернативні сценарії життєвого циклу туристичної дестинації (побудовано автором на основі [4, с. 320])

зниження і відповідності існуючій пропозиції дестинації, а сценарій Б – збільшення пропозиції для задоволення зростаючого попиту.

Таким чином, розвиток туристичної дестинації – це складний поетапний процес від визначення території як потенційної туристичної дестинації до її становлення як такої, що залежить від різних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Управління життєвим циклом туристичної дестинації – це прогнозування, аналіз зовнішніх чинників і робота з внутрішніми факторами, які впливають на еволюцію дестинації, постійний моніторинг маркетингового середовища, активні дії менеджерів дестинації, спрямовані на сталий розвиток території як туристичної дестинації.

#### Список використаних джерел

1. Гончарова Н. А., Кирьянова Л. Г. Управление жизненным циклом дестинации. Известия Томского политехнического университета. 2011. Т. 318. № 6. С. 52–56.
2. Butler R. W. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. The Canadian Geographer. 1980. Vol. 24. Issue 1. P. 5–12.
3. Christaller W. Some Considerations of Tourism Location in Europe: the Peripheral Regions – Underdeveloped Countries. Recreation Areas. Papers and Proceedings of the Regional Science Association. 1963. Vol. 12. Issue 1. P. 95–105.
4. Weaver D., Lawton L. Tourism Management. 5<sup>th</sup> ed. New York : John Wiley & Sons, 2014. 448 p.

**Осінська О. Б.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## КЛАСИФІКАЦІЯ ВИДІВ ТУРИСТИЧНОЇ ТА ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Класифікувати види туризму можна за різними ознаками, до найважливіших з яких належать: міста туризму, часові, територіальні характеристики, індивідуальні запити та фінансові можливості клієнтів.

Беручи за основу мету туризму, можна виділити такі види туризму:

Екскурсійний туризм – подорож із пізнавальною метою. Це найбільш поширена форма туризму, якою займаються сучасні вітчизняні туристичні фірми. Бажання громадян України ознайомитися з історичними, культурними, природними та іншими пам'ятками різних регіонів України та за кордоном, задовольняється великою кількістю пропозицій

туристичних підприємств (фірм, організацій)

Рекреаційний туризм – подорож із метою відпочинку, оздоровлення і лікування. Цей вид туризму поширений не тільки в Україні, а й у всьому світі.

Діловий туризм – це обслуговування клієнта під час виконання ним професійних обов'язків як за місцем проживання, так і в інших регіонах, що дозволяє більш якісно і з меншими витратами організувати свою діяльність або поїздку.

До сфери ділового туризму належить організація різних конференцій, семінарів, симпозіумів тощо. Тут велике значення має наявність при готельних комплексах спеціальних залів, обладнання для зв'язку (телефони, факси, Інтернет), приміщення для ведення переговорів та ін.

Етнічний туризм – поїздки з метою побачень з рідними та близькими. Ця форма туризму пов'язана з відвідуванням і виїздом у віддалені регіони або інші країни. Туристичні організації допомагають з оформленням проїзних квитків, закордонних паспортів, візових формальностей.

Спортивний туризм – поїздки з метою участі в спортивних заходах та підтримки улюблених команд. До послуг туристичних фірм звертаються керівники спортивних команд, організатори змагань, об'єднання вболівальників та окремі громадяни

Релігійний туризм – подорож, яка має за мету виконання релігійних процедур, місій, відвідування святих місць та ін. Як правило, туристичні фірми обслуговують, в основному, традиційні маршрути.

Пригодницький туризм – туризм пов'язаний із фізичними навантаженнями, а іноді і з небезпекою для життя. При організації таких турів, пригоди можуть бути підготовлені спеціально і забезпечені всіма можливими засобами безпеки. Останнім часом винятком стають подорожі з незапланованими пригодами. В основному, це стосується мисливського туризму, сплавів гірськими річками, подорожей у незаселені та необжиті місця та ін.

Соціальний туризм – це подорож із метою участі в громадських заходах (мітинги, демонстрації, публічні виступи, марші).

Екологічний туризм – екскурсії та подорожі з турботою про навколишнє середовище. В процесі подорожі екскурсіводи пояснюють необхідність охорони природних ресурсів, важливість захисту навколишнього середовища. В багатьох випадках екотуризм стає супутником і невід'ємною частиною інших видів туризму.

Сільський, зелений туризм – тимчасове переміщення туристів у сільську місцевість з метою відпочинку та ознайомлення з місцевим способом життя, культурою, традиціями, звичаями. Цей вид туризму часто використовують сім'ї з дітьми, міська молодь, які намагаються вибратись на природу на вихідні дні або в короткотермінові відпустки.

До видів туризму за метою можна віднести розважальний, навчальний, військовий, екстремальний, агротуризм та багато інших.

Це далеко не повна класифікація видів туризму за метою подорожей. Ціль туристичної поїздки може бути будь-яка і, якщо туристичне підприємство може організувати виконання поставленої мети шляхом надання відповідних послуг, то туристична подорож здійснюється.

Всі ці види туризму тісно переплітаються між собою і виділити їх у чистому виді не завжди можливо. Наприклад, діловий туризм може поєднуватись з екскурсійним або спортивним, етнічний – з релігійним, екскурсійний – з рекреаційним і т.д.

Завдання туристичного підприємства – надати клієнту максимум можливостей по поєднанню різних видів туризму.

За часовою характеристикою туризм можна класифікувати різними способами. Найбільш суттєвими є сезонність, прив'язка до конкретних подій, час, виділений клієнтом на подорож.

Сезонність – один із найважливіших показників в туристичному бізнесі, який означає нерівномірність руху туристів протягом року. При цьому можна виділити два основні критерії підвищеної активності туристів. Це час виїзду туристів до місць відпочинку

(прив'язка до певної мети подорожі) і сезонність туристичної активності в даному регіоні.

Прив'язка до конкретних подій супроводжує окремі види туризму і примушує працівників туристичної індустрії більш ретельно готуватись до таких подій, особливо коли вони великомасштабні (наприклад, Олімпійські ігри, міжнародні ярмарки, концерти зірок естради тощо).

Час, виділений туристом на подорож, може бути обмежений як об'єктивними (тривалість відпустки або кількість вихідних днів), так і суб'єктивними (бажання “розвіятись” на кілька днів) причинами. У відповідності з можливостями і побажаннями клієнта турагент може підібрати найбільш цікавий маршрут, обмежений виділеним часом і наявними можливостями (квитки на авіа або залізничний транспорт, місця в готелях в тих чи інших регіонах і т. ін.).

Таким чином, міжнародний туризм – це сукупність взаємин між туристом і виробниками туристичних продуктів та послуг, які виникають у процесі їхнього споживання за межами країни постійного проживання, тривалістю не більше року. За суттю міжнародний туризм є одним із видів рекреації, реалізація якого фактично не обмежена у просторі, її забезпечують наданням різноманітних туристичних послуг. З поняттям туризму невід'ємно пов'язане поняття туриста. У Законі України “Про туризм” сказано, що турист – це особа, яка здійснює подорож по Україні або до іншої країни з не забороненою законом країни перебування метою на термін від 24 годин до одного року без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та із зобов'язанням залишити країну або місце перебування в зазначений термін.

Міжнародний (іноземний) турист визначається як особа, яка подорожує з метою туризму в іншу країну, що не є країною її постійного проживання, і знаходиться за межами звичного для неї середовища протягом не менше 24 годин без заняття оплачуваною діяльністю.

Міжнародними туристами вважаються особи, які подорожують:

- з метою відпочинку, лікування, відвідування родичів та ін.;
- з метою участі в семінарах, конгресах (наукових, дипломатичних, релігійних, адміністративних, атлетичних тощо);
- з діловими цілями;
- в морському круїзі, навіть якщо вони залишаються на судні менш, ніж 24 години.

До категорії міжнародних туристів не включають і відповідно не враховують у статистиці туризму:

– осіб, які працюють у країні перебування і отримують за це грошову винагороду – іноземних робітників;

мігрантів, в тому числі утриманців і супроводжуваних; – осіб, які прибувають з метою навчання на строк понад шість місяців; – військовослужбовців, їх утриманців та членів сімей, за винятком прибуття з метою туризму; – працівників дипломатичних служб, а також утриманців, членів сімей, обслугу працівників дипломатичних служб; – мешканців прикордонних територій, які постійно мігрують з метою пошуку роботи; – осіб, які залишаються на постійне проживання у країні перебування; – осіб, які здійснюють подорожі з метою державної служби (державні діячі, члени делегацій, дипломатії, торговельні місії, військовослужбовці та ін.); – учасників наукових експедицій; – осіб, які в юридичному значенні не в'їхали до країни (наприклад, пасажери авіалайнерів, які не залишають транзитної зони аеропорту) – транзитні подорожуючі; – учасників подорожі транспортним засобом (потягом, автобусом тощо), які ночують в транспортному засобі; – члени екіпажів морських та повітряних суден, залізничних потягів, які ночують на судні або у вагоні потягу, або не проводять ніч в місці відвідування; – подорожуючі, які проїжджають через країну без зупинки, навіть якщо їхня подорож триває понад 24 години. У випадку, якщо особа виїжджає зі свого постійного місця мешкання з туристською метою на термін до 24 годин, вона вважається екскурсантом. Рекреаційний туризм – це туризм з метою відпочинку, оздоровлення і лікування. В основі рекреаційного туризму лежить потреба у відновленні

фізичних та духовних сил людини.

Екскурсійний туризм є найбільш поширеною формою туризму, що являє собою подорож із пізнавальною метою та передбачає ознайомлення з історичними, культурними, природними та іншими пам'ятками. Науковий туризм – вид туризму, що включає поїздки з метою участі в різних конгресах, симпозіумах і нарадах науковців, а також участь у різноманітних наукових експедиціях людей, які не є науковцями, але мають бажання, за окрему оплату, брати у них участь. Це учасники археологічних розкопок, екологічних експедицій і навіть антарктичних станцій. Діловий туризм – це туризм з метою виконання професійних обов'язків у місці перебування. До сфери ділового туризму належить організація різних конференцій, семінарів, симпозіумів тощо. Тут велике значення має наявність при готельних комплексах спеціальних залів, обладнання для зв'язку (телефони, факси, інтернет), приміщення для ведення переговорів та ін. Лікувально-оздоровчий туризм – це туризм з метою лікування різних захворювань організму. Розрізняють кілька видів оздоровчого туризму, що характеризуються природними засобами впливу на людський організм: кліматолікування, бальнеологічне лікування, грязелікування тощо. Спортивний туризм – поїздки з метою участі в спортивних заходах та підтримки улюблених команд. Основною категорією учасників спортивного туризму є керівники спортивних команд, організатори змагань, об'єднання вболівальників та окремі громадяни. Виділяють два підвиди спортивного туризму: активний та пасивний. В основі активного туризму лежить потреба займатися спортом особисто, тоді в основі пасивного туризму є інтерес до спорту в цілому, тобто подорож з метою відвідування змагань або спортивних ігор. Пригодницький туризм – туризм пов'язаний із фізичними навантаженнями, а іноді і з небезпекою для життя. При організації таких турів, пригоди можуть бути підготовлені спеціально і забезпечені всіма можливими засобами безпеки.

Релігійний туризм – подорож, яка має за мету виконання релігійних процедур, місій, відвідування святих місць тощо. Виділяють два підвиди: відвідування культових будівель під час релігійних свят та відвідування святих місць з метою відпущення гріхів. Соціальний туризм – це подорож із метою участі в громадських заходах, таких як мітинги, демонстрації, публічні виступи, марші. Сільський туризм згідно словника британця С. Медліка (1993) – відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Початок його розвитку припадає на останню третину XX ст., коли на зміну трьох “S” (“Sun-Sea-Sand”) – сонце, море і пісок прийшла концепція трьох “L” (“Landscape-Lore-Leisure”) – пейзаж, традиція, дозвілля. Його головним завданням є надання послуг відпочинку для жителів міста та ознайомлення іноземних туристів з традиціями та побутом місцевих жителів. Екотуризм – це форма відпочинку, при якій відпочиваючі основну частину активного відпочинку витрачають на знайомство з природою, правилами та нормами поведінки в ній і навіть беруть безпосередню участь в різноманітних екологічних акціях. Екотуризм може мати як стаціонарну форму, так і експедиційну. При стаціонарному екотуризмі, відпочиваючі знайомляться з навколишньою природою на задалегідь розроблених екологічних стежках під керівництвом професійних екскурсіводів. Крім того, вони можуть проживати на базах, або в садибах сільського зеленого туризму поблизу заповідних територій різного рангу та відвідувати їх під керівництвом лісників та егерів. Експедиційний екотуризм передбачає проживання в різних місцях та різних умовах та знайомство з природою “на осліп”. Група відпочиваючих вибирає певний район відпочинку і проходить його, як класична група туристів пішохідників, але головну увагу звертає на екологічний стан території. Агротуризм – відпочинковий туризм, що передбачає використання дворогосподарства та часткову або повну участь відпочиваючі у власному обслуговуванні. Обов'язковою умовою є винаймання різного роду помешкання. Це може бути будинок, тимчасове житло (типу бунгало або стаціонарний намет). Головною метою відпочиваючих в агрооселях є, крім власне відпочинку, знайомство з способами ведення господарства. Екстремальний туризм – туризм, який пов'язаний з великими фізичними навантаженнями і, як правило, з ризиком для власного життя. Розрізняють декілька видів екстремального туризму, але всіх їх можна

поділити на спеціально підготовлені та природні. Ностальгічний туризм в перекладі з грецької означає “туга за батьківщиною, духовна слабкість за минулим”. Одним із підвидів ностальгічного туризму є етнічний туризм. Це, як правило, відвідування родичів, які опинились по різні сторони кордону. Організований туризм – це туризм, який передбачає надання відповідними туристичними підприємствами туристу комплексу послуг з екскурсійного обслуговування, транспортного перевезення, проживання, харчування тощо. Неорганізований (самодіяльний) туризм – це подорожі груп або окремих туристів, що здійснюються не за планом, передбаченим туристичними організаціями. Туристи самі обирають і розробляють маршрути свого відпочинку. Отже, можна зробити висновок, що за часи свого існування міжнародний туризм перетворився з розваги для багатих людей у масову індустрію відпочинку і оздоровлення для представників всіх прошарків населення всіх країн світу і став складовою концепцією економічного і соціального розвитку та одним з найбільш характерних проявів глобалізації. Особливістю туризму є його поліфункціональність. Поліфункціональність туризму відображається комплексним характером мотивації, що спонукає людину до подорожі, і комплексністю в організації подорожей та обслуговуванні туристів.

**Сибірний А. В.**

к.б.н., доцент,

**Зарічна О. З.**

к.б.н., асистент

Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького

### **ГІГІЄНА ПЛАНУВАННЯ НАСЕЛЕНИХ МІСЦЬ У РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

В умовах сьогодення у світі інтенсивно розвивається туристична індустрія. Зокрема, в Україні, все більше зацікавлення населення виявляє до зеленого туризму. З метою успішного розвитку цієї галузі на перше місце слід поставити забезпечення потенційно придатних для такого туризму населених пунктів дотриманню санітарно-гігієнічних вимог при їх плануванні та забудові [1].

Гігієна планування населених місць є одним із провідних розділів комунальної гігієни, в якому інтегровано низку важливих завдань містобудування та благоустрою населених місць, що спрямовані на забезпечення якісних умов життя та охорону здоров'я населення. Планування, забудова і благоустрій нових та реконструкція існуючих населених пунктів охоплюють широкий комплекс взаємопов'язаних соціально-економічних, архітектурно-планувальних, інженерно-будівельних, екологічних та санітарно-гігієнічних питань, їхнє своєчасне та повноцінне вирішення передбачає раціональне розселення населення, організацію та функціональне зонування території поселень, достатнє інженерне опорядження і благоустрій, що зрештою має створити належне життєзабезпечення, оптимальні умови побуту, громадської і професійної діяльності та відпочинку людей.

Це потребує розроблення та наукового обґрунтування гігієнічних нормативів, запровадження будівельних регламентів та дотримання санітарних вимог під час вибору території для населених пунктів, їхньої подальшої забудови чи благоустрою. Вирішення вкрай складних питань благоустрою та інженерного опорядження міст і селищ насамперед пов'язане з організацією господарчо-питного водопостачання, каналізуванням, санітарним очищенням, озелененням, культурно-побутовим та медичним обслуговуванням населення, заходами, що спрямовані на охорону навколишнього середовища, тощо. Якщо не дотримують тих чи інших гігієнічних норм і санітарних вимог до вибору території для населених місць та її організації, недостатньо враховано місцеві природно-кліматичні умови, екологічну чи епідеміологічну ситуацію та їхній можливий розвиток, мають місце відхилення від планів будівництва чи рівня благоустрою або ж затверджених термінів планування і забудови населених місць, у перспективі можливі негативні зміни умов життєдіяльності населення, погіршення стану громадського

здоров'я на рівні демографічних показників та розвитку низки захворювань інфекційного й неінфекційного характеру. Саме це і визначає важливе гігієнічне та соціальне значення комплексного планування, раціональної забудови, створення належної інфраструктури та повноцінного інженерного благоустрою міських і сільських поселень.

Проектування населених місць повинно спиратися на закони України та регіональні програми щодо розв'язку найважливіших соціальних, архітектурних, економічних, екологічних і гігієнічних проблем [2].

Міські та сільські поселення треба проектувати як елементи єдиної системи розселення України з урахуванням територіально-адміністративного поділу, соціально-економічного і природного містобудівного районування.

Будівництво або реконструкцію населених місць здійснюють на підставі регіональних планів розвитку та розміщення продуктивних сил і схем розселення, проектів районного планування, генеральних планів міст, селищ міського типу і сільських населених пунктів, територіальних комплексних схем охорони природи та інших документів, які всебічно відображають сучасний стан і перспективу розвитку того чи того населеного пункту, промислової агломерації чи економічного регіону.

Зазвичай розвиток системи розселення має орієнтуватися на ту мережу міських і сільських поселень, що вже склалася. Сюди входять як існуючі промислові агломерації, так і ті, що формуються. Значно рідше виникає потреба в проектуванні нових поселень, яке передбачене у зв'язку з потребою розташування промислових підприємств, розроблення корисних копалин або ж через відселення людей з існуючих чи потенційних зон катастроф, екологічного лиха та ін.

Реконструкцію населених місць, будівництво нових міст і селищ здійснюють згідно з генеральними планами та проектами забудови, що їх розробляють проектні організації за участі фахівців різного профілю (архітекторів, економістів, соціологів, екологів, інженерів, гігієністів та ін.).

Головними засадами генерального плану є визначення перспектив розвитку економічної бази та розрахунок чисельності населення, планування взаємопов'язаної і комплексної структури всіх функціональних елементів, інженерного устаткування і благоустрою, озеленення території, черговості міського будівництва.

Вибору території для поселення передують поглиблене вивчення й аналіз місцевих природних і екологічних умов та епідеміологічної ситуації, порівняння техніко-економічних, архітектурно-планувальних і санітарно-гігієнічних показників місць перспективної забудови.

Обов'язковими є розроблення прогнозу розвитку міст і селищ, їхньої соціально-економічної бази, всебічне урахування містоутворюючих чинників, визначення перспективної чисельності населення. Містоутворюючими чинниками вважають ті господарські елементи, які безпосередньо зумовлюють розвиток існуючих і нових населених місць або будівництво нових міст і селищ. Це промислові й сільськогосподарські підприємства, об'єкти зовнішнього транспорту, склади та бази матеріально-технічного постачання, будівельно-монтажні організації, адміністративні, науково-дослідницькі та культурно-освітні заклади тощо [3].

Населення міста або селища залежно від участі в суспільному виробництві і характеру трудової діяльності поділяються на групи: працівників промислових підприємств та працівників підприємств, установ і закладів, які обслуговують населення даного населеного пункту.

Отже, забезпечення сприятливих умов життєдіяльності населення, охорона громадського здоров'я і розвиток зеленого туризму безпосередньо пов'язані з комплексним розробленням архітектурно-планувальних, інженерно-будівельних та еколого-гігієнічних заходів і здійсненням державного санітарного нагляду за плануванням, забудовою і благоустроєм населених місць.

#### **Список використаних джерел**

1. *Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні Все про туризм. Туристична бібліотека: веб-сайт.* URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/siltur7.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/siltur7.htm).
2. *Державні санітарні правила планування та забудови населених пунктів: Наказ МОЗ України від 19.06.1996 р. № 173.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0379-96>.
3. *Гончарук Є. І. Комунальна гігієна : підручник, 2006.* URL: <http://medbib.in.ua/kommunalnaya-gigiena.html>.

**Тучковська І. І.**

к.е.н., доцент,

**Блащак І. М.**

к.пед.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СКАНДИНАВСЬКА ХОДЬБА ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ ДЛЯ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ В СПОРТИВНОМУ ТУРИЗМІ**

Рухова активність – одна з основних детермінант здоров'я, що відноситься до здорового способу життя, сприяє досягненню і збереженню міцного здоров'я та допомагає формувати раціональний режим трудової та побутової діяльності, а також активний відпочинок [1].

Заняття фізичною культурою забезпечують формування, розвиток та закріплення життєво важливих умінь, навичок, звичок особистої гігієни, соціальної комунікабельності, організованості та дотримання соціальних норм поведінки в суспільстві осіб з інвалідністю [1].

Слід зазначити, що у грудні 2019 року рішенням Президії Федерації спортивного туризму України скандинавську ходьбу визнано як вид спортивного туризму. Під час скандинавської ходьби потрібно дотримуватися тих самих правил, що і під час занять іншими видами фізичних вправ.

Останнім часом широкого поширення набули види рухової активності, що проводиться поза приміщеннями. До привабливих і доступних засобів “Outdoor activity”, що набули широкого розповсюдження за кордоном відносяться: заняття Nordic Walking (Скандинавська ходьба); CrossFit (Кроссфіт), програми “Mind and body”(“Розумне тіло”) та інші, які стрімко розвиваються і поширюються в європейських країнах [2].

Останнім часом Nordic Walking стала одним з найяскравіших явищ у фізичному розвитку осіб з інвалідністю та має такі переваги: знижується в'язкість крові, зменшується небезпека тромбоутворення і інфаркту, підвищується імунітет, активізується метаболізм, прискорюється жировий обмін, а рівень ендорфінів в крові підвищується в 5 разів. Тому ходьбу з палицями психологи рекомендують при лікуванні безсоння, неврозів і депресій.

Дослідники також відзначають такі ефекти скандинавської ходьби: заняття сприяють розвитку і підвищенню витривалості серцево-судинної і дихальної системи, зміцнюють імунітет і підвищують загальний тонус організму, нормалізує вагу і сприяє активації обміну речовин, знижує ризик розвитку атеросклерозу і зменшує рівень холестерину, зміцнює суглоби, кістки (перешкоджаючи розвитку остеопорозу), зменшує прояв остеохондрозу, зміцнює м'язи спини, створює надійний захист хребта, покращує поставу, покращує координацію руху [2].

Результати дослідження. Специфіка рухової активності, що здійснюється на свіжому повітрі, вимагає особливого підходу до побудови програм оздоровчих занять для осіб з інвалідністю, оскільки повинна враховувати не тільки показники фізичного стану, а й погодні умови, особливості території (рельєф), а також додаткові чинники, що впливають на інтенсивність занять.

Аналіз і узагальнення зарубіжних досліджень, в яких скандинавська ходьба з'явилася предметом вивчення з профілактики і реабілітації при різних захворюваннях, дозволяє виокремити наступні позитивні моменти в оздоровленні осіб з інвалідністю:

- 1) покращення гнучкості в суглобах верхньої та нижньої частини тіла і спини;
- 2) розвантаження суглобів нижніх кінцівок і нижніх відділів хребта і підтримки нормальної рухливості суглобів;
- 3) поліпшення загального самопочуття і психічного комфорту;
- 4) зміцнення імунної системи, скорочення рівня холестерину;
- 5) поліпшення кровопостачання, збільшення кількості еритроцитів

Отже, у зв'язку з високими вимогами до рівня здоров'я і фізичної форми осіб з



інвалідністю зростає необхідність у виборі доступного за формою і ефективного по дії на організм напряму фізичної активності. Скандинавська ходьба повною мірою відповідає пред'явленим вимогам. Для зайняття цим видом фізичної активності особам з інвалідністю не потрібно спеціальних залів, спортивних споруд і устаткування. Єдине, що треба придбати – це спеціальні палиці. Безперечною перевагою цього виду є те, що зайняття проводиться на відкритому повітрі, на природі, що створює додатковий гартуючий ефект і благотворно впливає на психоемоційний стан, допомагає зняти стрес і психологічну втому особам з інвалідністю.

#### **Список використаних джерел**

1. Эндокринная система, спорт и двигательная активность : пер. с англ. / под ред. У. Дж. Кремер, А. Д. Рогол. К. : Олимп. литература, 2008. 600 с.
2. Figard-Fabre H., Fabre N., Leonardi A., Schena F. Efficacy of Nordic walking in obesity management. *Internat. J. Sports Med.* 2011. Vol. 32. No 6. P. 407–414.

**Ящук В. І.**

к.е.н., доцент,

**Топорницька М. Я.**

к.геогр.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ЗАВДАННЯ ТА УМОВИ ФОРМУВАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ КОМПЛЕКСІВ УКРАЇНИ**

Сьогодні для світової економіки типовими стали процеси, пов'язані з посиленням її цільової орієнтації на розвиток людини та соціальної інфраструктури. Людський фактор став джерелом отримання економічних можливостей. Відсутність коштів на освіту, культуру, моральність та відпочинок населення спричиняє негативні наслідки для економіки і суспільства країни. Історичний досвід свідчить про те, що тільки ті країни домоглися процвітання, де вирішення соціальних проблем, поліпшення життя населення і всебічного розвитку членів суспільства є нагальною потребою господарського розвитку.

Згідно результатів опитування, проведеного Інститутом Горшеніна, головними життєвими цінностями українців є здоров'я (78,7%) і матеріальне забезпечення (72,4%). Отже, наше суспільство орієнтоване на матеріальне благополуччя, на поширення у ньому споживацьких стилів життя. Стиль життя є істотною ознакою людської індивідуальності, особистісного розвитку, який багато в чому залежить від ціннісних орієнтацій, рівня культури та психологічних особливостей самої людини. Стиль життя – це система практик, що повторюються в повсякденній поведінці та визначають місце людини у соціальному просторі. Стиль життя відображає життєві цінності, світогляд людини. До стилю життя належать практики в найрізноманітніших напрямках: споживання, дозвілля, праця і доходи, здоров'я, участь у політиці, релігії тощо.

Життю сучасних українців притаманна тенденція до гедонізації. Гедонізація – це прагнення людини отримати насолоду від життя. Це прагнення неможливо реалізувати без розвиненої галузі соціальної сфери національної економіки – рекреації. Під рекреацією (лат. *Rescreatio* – відновлення) розуміється процес відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних сил людини, який забезпечується системою відповідних заходів і здійснюється у вільний від роботи час на спеціалізованих територіях. Як елемент соціальної сфери, рекреація сприяє не тільки збереженню здоров'я і працездатності, а й задоволенню культурно-освітніх потреб населення. Процес щодо задоволення рекреаційних потреб здійснюється, в найзагальнішому вигляді, в наступних формах: оздоровчого відпочинку, туризму, курортно-санаторного лікування.

Одним із шляхів задоволення потреб населення в рекреаційних послугах є формування рекреаційних комплексів. Ці комплекси являють собою складну багатогалузеву і

багаторівневу структуру утворену в рекреаційному просторі. Рекреаційний простір – складне і багатозначне поняття. Рекреаційний простір – частина соціального простору, що використовується для рекреаційної діяльності; формується внаслідок діяльності відпочиваючих і організаторів відпочинку. Рекреаційна діяльність поєднує різноманітні види відпочинку і значну сукупність допоміжних і обслуговуючих видів діяльності, які разом називають рекреаційним комплексом. Рекреаційний комплекс – це сукупність галузей і видів економічної діяльності, які забезпечують рекреаційними послугами населення країни, регіону, міста та створюють необхідні передумови для нормального функціонування рекреаційного господарства.

Рекреаційний потенціал є ядром соціального блоку національної економіки і при ефективній організації та широких міжнародних зв'язках може стати одним з найбільш дохідних джерел національної економіки. Рекреаційний потенціал – це єдина система природних, спортивно-туристських, лікувально-оздоровчих і соціально-культурних підсистем, що характеризуються функціональною взаємозв'язком і територіальною цілісністю, що приводиться в дію суміжними з нею галузями: сільське господарство і харчова промисловість, пасажирський транспорт та зв'язок, торгівля та громадське харчування.

При формуванні рекреаційного комплексу вирішуються такі завдання:

- раціональне розміщення рекреаційних установ по території країни з урахуванням природно-кліматичних та інших умов;
- всестороннє і ефективне використання наявних рекреаційних ресурсів;
- формування оптимальних пропорцій між галузями рекреаційного комплексу;
- досягнення оптимального співвідношення між галузями спеціалізації, супутніми галузями та інфраструктурою;
- поліпшення тепло, водо- та енергопостачання, як шляхом створення їх власної бази, так і за рахунок отримання цих ресурсів з інших регіонів країни;
- створення місцевих ремонтних, реставраційних та будівельних баз;
- забезпечення послугами комунально-побутового та культурного обслуговування, громадського харчування, споживчими та сувенірними товарами;
- розвиток високопродуктивного сільського господарства та харчової промисловості, які забезпечують в максимальній мірі потреби відпочиваючих і місцевого населення у високоякісній продукції;
- розвиток сучасної транспортної системи, всіх видів зв'язку і сучасного сервісу, всебічний розвиток і раціоналізація внутрішньорайонних та міжрайонних транспортних зв'язків;
- забезпечення зайнятості населення та раціональне використання трудових ресурсів;
- забезпечення безпеки, як місцевого населення, так і очікуваного контингенту туристів та відпочиваючих;
- охорона та поліпшення природного середовища на рекреаційних територіях.

Рекреаційні ресурси – це ресурси всіх видів, які можуть використовуватися для задоволення потреб населення у відпочинку та туризмі. До рекреаційних ресурсів належать природні комплекси та їх компоненти (рельєф, клімат, водойми, рослинність, тваринний світ); культурно-історичні пам'ятки; економічний потенціал території, що включає інфраструктуру, матеріально-технічну базу трудові ресурси.

На основі рекреаційних ресурсів можлива організація галузей господарства, що спеціалізуються на рекреаційному обслуговуванні. Так рекреаційні ресурси складаються з сукупності природних і штучно створених людиною об'єктів, придатних для створення умов для задоволення потреб населення в активному відпочинку та повноцінному лікуванні. Динамічний розвиток рекреаційного комплексу національної економіки вимагає наявності обох груп ресурсів. Слід завжди мати на увазі, що навіть при високій привабливості природних ресурсів без наявності комунікацій, засобів зв'язку, комунальної інфраструктури, пам'яток культури та мистецтва розвиток рекреації для широкого кола споживачів неможливий.

Основні властивості рекреаційних ресурсів можна представити наступною групою, що

включає кліматичні умови, доступність, ступінь вивченості, екскурсійна значимість, пейзажні та відеоєкологічні характеристики, сприятливі соціально-демографічні характеристики і потенційний запас. Умови формування і розвитку рекреаційного комплексу, поділяють на 3 групи:

1. Базисно-ресурсні умови, в якості яких виступають локальні природно-кліматичні ресурси, які обумовлюють початкову стадію формування рекреаційного комплексу (використання мінеральних джерел, цілющих грязей, сольових печер тощо).

2. Просторово-економічні умови, які характеризуються двома моментами: комплекси розвиваються або на базі великих міських агломерацій, як правило, в районах досягли високого ступеня економічного розвитку, або, виходячи з специфічного географічного положення тієї чи іншої території;

3. Соціально-економічні умови, що характеризуються тим, що розміщення і рівень розвитку комплексів диктується національними, соціальними, деякими археологічними, архітектурними та іншими факторами.

Відмінності в природно-кліматичних та економічних умовах територій накладають певний відбиток на розмір, спеціалізацію, галузеву структуру та інтенсивність розвитку рекреаційного комплексу. При всій важливості соціально-економічних складових ресурсів, для формування і розвитку рекреаційного комплексу, головне місце займають сприятливі природні умови. Саме вони є однією з основних матеріальних передумов рекреації. Наявність цих умов призводить до появи рекреаційних комплексів в нових, раніше економічно розвинених районах країни. Залучення в рекреаційне використання раніше не займаних сприятливих поєднань природних ресурсів може стати не тільки вихідною базою економічного розвитку нових територій, а й істотно вплинути на спеціалізацію давно сформованих територій. Поряд зі своєю, неповторною природою великий інтерес для рекреації представляють пам'ятники історії, культури та архітектури. Як рекреаційних ресурсів доцільно розглядати і етнографічні особливості населення. Таким чином, рекреаційний комплекс є багатофункціональним. Його діяльність сприяє масовому оздоровленню населення, а з іншого боку – при ефективній організації може стати одним з найбільш доходних джерел національної економіки.

#### **Список використаних джерел**

1. Чеберко Е. Ф., Смирнов С. А. *Формирование инновационных бизнес-моделей предприятий туристической отрасли в условиях системного кризиса. Управленческое консультирование*. 2016. № 4 (88). С. 186–198.
2. Яцук В. І. *Рекреаційний простір як об'єкт управління інноваційним розвитком території міста. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2019. Вип. 57. С. 80–86.
3. Яцук В. І. *Теоретико-методологічні підходи до планування та управління рекреаційним простором міст. Економіка та суспільство: електронне наукове фахове видання*. 2019. Вип. 20. С. 496–503. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/journal-20-1/27-stati-20/2647-yashchuk-v-i>.

**Антошкова Н. А.**  
старший викладач

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

## **АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

Ринок ресторанного бізнесу в Україні один з найбільш динамічних і тому викликає зацікавлення у багатьох науковців. Разом з тим, практично неможливо знайти повної інформації щодо стану його розвитку на даний момент, що зумовлено його швидкими темпами змін ринку та особливістю звітування підприємств ресторанного бізнесу. Саме тому актуальним є дослідження кількості закладів ресторанного господарства в розрізі областей України та аналіз рівня насиченості закладами кожної області окремо.

Сучасний ресторанний бізнес в Україні відносно молодий, особливо у порівнянні з іншими країнами. Він почав розвиватися тільки з 90-х років, деякі науковці в цій галузі

вважають, що період розвитку триває досі. Але, за майже 30 років відбулося багато змін під впливом багатьох чинників. Так, у 90-х роках почали активно створюватися нові заклади ресторанного бізнесу, але до 2009 року їх кількість постійно зменшувалась. Звісно, відкривались нові, але тих, які припиняли свою діяльність було більше. Лише в період 2009-2011 ситуація на ринку дещо стабілізувалась. Новий сплеск активізації припадає на 2012 рік, що зумовлено проведенням олімпіади Євро-2012, далі знову спад, хоч і не значний, особливо беруча до уваги політичну ситуацію в країні.

Зниження купівельної спроможності українців у 2015 році спричинило закриття близько 1500 ресторанів і кафе (без урахування непідконтрольних територій) по Україні. Необхідно зазначити, що економічну кризу не змогли подолати ті заклади, що працювали на межі рентабельності та орендували приміщення.

Новий сплеск припадає на 2018-2021 рр., але, за прогнозами професіоналів, з 2022 року почнеться нова хвиля ліквідації створених закладів, оскільки пропозиція буде значно перевищувати попит.

Незважаючи на кризові періоди в розвитку ресторанного бізнесу, він постійно змінювався, розвивався та вдосконалювався. Зміни торкнулися усіх складових: форми власності, організаційної структури, загальних та якісних змін у технології приготування та дизайні страв, управлінні (франчайзинг, мережа закладів), фінансах, маркетингу (додаткові послуги, акції) та тенденціях харчування (більша увага до здорового харчування, дієтичне харчування, вегетаріанська кухня, етнічна кухня, локальна або молекулярна кухні тощо).

Зміни призвели до зростання попиту на гастрономічні послуги в Україні. Станом на 01.11.2019 року в Україні зареєстровано 57712 закладів ресторанного господарства (РГ), з них основну кількість становлять приватні заклади (98,3%). У структурі закладів ресторанного бізнесу 52,2% займають ресторани, кафе та бари, майже 21% ринку займають заклади швидкого харчування (фаст-фуду), 7,3% – паби та нічні клуби, 23,6% – заклади з надання кейтерингових послуг, 3,9% – заклади харчування при готелях і 20,3 – заклади харчування при АЗС.

Слід зазначити, що мова йде саме про “заклади ресторанного господарства”, а не “підприємства ресторанного господарства”, оскільки майже 90% закладів ресторанного господарства зареєстровані як фізичні особи – підприємці, і лише трохи більше, приблизно 10% зареєстровані саме як підприємства (юридичні особи). З початку ринкової перебудови в Україні частка фізичних осіб-підприємців у загальній кількості суб’єктів господарювання РГ України практично не змінюється, навіть в останні кризові роки.

Таким чином, кількість усіх закладів ресторанного господарства в Україні на листопад 2019 року становила 57712, за період 2015-2019 рр. їх кількість збільшилася на 7326 одиниць, при чому збільшення спостерігається лише в період 2018-2019 рр.

Проаналізуємо забезпеченість України закладами ресторанного господарства (табл. 1).

Як видно з наведених даних, забезпеченість закладами ресторанного господарства по Україні в цілому складає 57712 об’єктів на майже 39 млн. осіб. У розрізі областей найбільший показник мають Київська (4505 об’єктів), найменший – Тернопільська (769 об’єктів). При цьому в чотирьох областях забезпеченість закладами значно перевищує середнє значення по Україні в цілому. За даними державного інфо-сервісу Start Business Challenge [2] в країнах Західної Європи цей показник дорівнює 32 об’єктам на 10 тис. мешканців, що майже на 54 % перевищує значення показника для України.

Ринок ресторанного бізнесу в Україні на момент початку світової пандемії пов’язаної з COVID-19 знаходився у фазі активного розвитку, яка, за прогнозами експертів, могла тривати до 2021 року включно, адже коефіцієнт насиченості закладами ресторанного господарства в цілому по Україні становить 14,7 що майже вповнину менше ніж в країнах Західної Європи.

**Забезпеченість населення України закладами ресторанного господарства станом на 01.11.2019 р. у розрізі областей**

№	Область	Кількість закладів, од.	Населення, осіб	Забезпеченість, од./10 тис. осіб
1	Вінницька область	1727	1 560 394	11,07
2	Волинська область	1015	1 035 330	9,80
3	Дніпропетровська область	2977	3 206 477	9,28
4	Донецька область	2390	4 165 901	5,74
5	Житомирська область	1142	1 220 193	9,36
6	Закарпатська область	2855	1 256 802	22,72
7	Запорізька область	1830	1 705 836	10,73
8	Івано-Франківська область	2867	1 373 252	20,88
9	Київська область	4505	1 767 940	25,45
10	Кіровоградська область	938	945 549	9,92
11	Луганська область	1134	2 151 833	5,27
12	Львівська область	3606	2 522 021	14,30
13	Миколаївська область	1080	1 131 096	9,55
14	Одеська область	3722	2 380 308	15,64
15	Полтавська область	2135	1 400 439	15,25
16	Рівненська область	1265	1 157 301	10,93
17	Сумська область	1569	1 081 418	14,51
18	Тернопільська область	769	1 045 879	7,35
19	Харківська область	3698	2 675 598	13,82
20	Херсонська область	1271	1 037 640	12,25
21	Хмельницька область	2655	1 264 705	20,99
22	Черкаська область	1518	1 206 351	12,58
23	Чернівецька область	1025	904 374	11,33
24	Чернігівська область	1019	1 005 745	10,13
Разом <sup>2</sup>		57712	39202382	14,72

Джерело: складено автором на основі аналізу даних державного інфо-сервісу Start Business Challenge.

Проте спрогнозувати ситуацію у ресторанному бізнесі в найближчий час дуже складно, оскільки експерти сфери обслуговування попереджають про світову тенденцію щодо суттєвого скорочення закладів індустрії гостинності.

**Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Державний інфо-сервіс Start Business Challenge. URL: <https://sbc.regulation.gov.ua>.
3. Консалтингова компанія України Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/about>.
4. Шталь Т. В., Кот О. В., Дядін А. С. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства України та Харківського регіону. Вісник Львівської комерційної академії. Серія Економічна. 2011. Вип. 38. С. 137–141.
5. Яшина О. В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні. Все о туризме. Туристическая библиотека. URL: [tourlib.net/satti\\_ukr/yashina.htm](http://tourlib.net/satti_ukr/yashina.htm).
6. Мазаракі А. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: підручник; за заг. ред. 221 Н. О. П'ятницької. 2ге вид., пероб. та допов. К.: Центр навч. лри, 2011. 584 с.
7. Ринок ресторанного бізнесу України. URL: <http://poglyad.com/blog/4/437/>.

<sup>2</sup> без урахування тимчасово окупованих територій Донецької і Луганської областей та АР Крим.

## **ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

З кожним роком на території України з'являється все більше закладів ресторанного господарства. Це викликано, насамперед, зростаючою потребою людей в здоровому харчуванні. На даний час ЗРГ знаходяться в стані інтенсивного розвитку; вони широко використовують технологічні інновації, застосовують прогресивне обладнання з метою оптимізації технологічних процесів, розширення асортименту, збільшення випуску напівфабрикатів різного ступеня готовності та кулінарної продукції з покращеними споживчими характеристиками.

У сучасних підприємствах ресторанного господарства застосовують новітні технології:

- Sous-Vide;
- Stefan-grill;
- CookVak;
- PacoJetting;

Sous-Vide – техніка приготування їжі у вакуумному пакеті за температури не вище ніж 70-80 °С. Цей метод допомагає зберегти смаки й аромати всередині продукту та зберегти форму. Продукти виготовлені методом Sous-Vide захищені вакуумом від зовнішніх забруднень, хворобливих мікроорганізмів, здатні тривалий час зберігатися за температури від 0 до +3 °С.

На сьогодні можна виділити такі позитивні аспекти Sous-Vide:

- при приготуванні у вакуумному пакеті зберігаються смакові та ароматичні властивості, які, зазвичай, втрачаються під час традиційного кулінарного оброблення;
- при низькотемпературному обробленні, мембрани клітин не руйнуються, що дозволяє утримати внутрішньоклітинний сік, при чому м'ясо зберігає свою соковитість;
- при запіканні м'яса, зазвичай, використовують температурний режим від 180 °С і вище, у той час, коли для доведення його до готовності достатньо 55...65 °С для яловичини, баранини та дичини, і не більше 70...80 °С для свинини. За приготування в умовах "Sous Vide" технології, температура всередині і ззовні харчових продуктів буде однаковою, не буде відбуватись висихання та підгоряння;
- якщо мова йде про ті шматки м'яса, які прийнято відварювати або тушкувати, правильний підбір температури дозволяє м'язовому колагену перетворитися в желатин, недопускаючи денатурації білків – саме через яку, м'ясо стає жорстким і сухим. Овочі, приготовані з використанням цього методу, навпаки, зберігають свіжу, хрустку текстуру, що складніше досягнути при звичайному варінні [1].

Технологія cook-in – техніка приготування їжі зсередини за допомогою пристрою Stefan-grill, завдяки чому досягається ефект золотисто-коричневого кольору у середині продукту, а ззовні м'ясо залишається рожевим.

Температура обробки продукту з середини може досягати від 152°С до 650°С без впливу на продукт відкритим вогнем; продукт різної товщини насаджується на шомпол і обсмажується зсередини. Технологія отримала назву cook-in (від англ. – готувати зсередини). М'ясо смажиться до золотистої скоринки зсередини, а ззовні зберігає свій ніжний рожевий колір і соковитість; у процесі приготування зовнішні шари м'яса готуються за рахунок інтенсивного обдування гарячим повітрям за допомогою сопла, що постачається в комплекті до грилю. Stefan-grill також призначений для приготування продуктів "із димком" із використанням обпалювача. Це дозволяє надати продукту запах і аромат страви, приготовленої на відкритому вогні за допомогою вугілля.

CookVak – це унікальний гастрономічний винахід іспанських кухарів. CookVak є компактним приладом для приготування їжі і просочення в вакуумі, запатентований в більш ніж 160 країнах світу. Прилад являє собою вакуумну каструлю, яка штучно створює низький тиск і відсутність кисню, що значно знижує температуру смаження або тушкування, зберігаючи текстуру, колір і поживні речовини продукту. Крім того, CookVak створює ефект губки, оскільки, коли тиск в каструлі відновлюється, продукт вбирає всю рідину навколо нього, дозволяючи досягати безмежної кількості поєднань інгредієнтів і смаків.

PacoJetting – це метод, що обробляє заморожені продукти. Особливістю технології полягає в миттєвому подрібненні замороженого продукту, який на протязі всього процесу не встигає розморозитися і зберігає температуру  $-20^{\circ}\text{C}$ . Процес пакутування, дозволяє подрібнювати до ідеальної консистенції будь які заморожені продукти, що дозволяє створити ніжний фарш і паштет, мус, сорбет, морозиво і багато різних десертів. Завдяки інноваційній конструкції ножів і високій їх швидкості обертання (2000об / хв), в одній склянці за лічені секунди виходить до 10 порцій гомогенізованого продукту. Технологія пакутування дозволяє створити як повністю готову до подачі на стіл страву, так і напівфабрикати, які в подальшому можна зберігати в морозильній камері.

Отже, використання новітніх технологій Sous Vide, Cookvac, Stefan-grill, PacoJetting із застосуванням обладнання, що відтворює задані параметри технологічних процесів, дозволить отримати високу якість продукції та дотримання всіх санітарногігієнічних норм. Вище перелічені технології в закладах ресторанного господарства розширюють асортимент страв, забезпечують високий рівень організації технологічного процесу та знижує виробничі втрати. Включення до меню страв оздоровчо-профілактичного призначення, отриманих за умови низькотемпературного оброблення, сприятиме розширенню контингенту споживачів.

#### **Список використаних джерел**

1. Арпуль О. В., Удовицький В. В. “Sous Vide” технологія як метод оброблення м'ясних продуктів // Програма і матер. другої міжнар. наук.-тех. конф. “Технічні науки: стан, досягнення і перспективи розвитку м'ясної, олієжирової та молочної галузей”, 20-21 березня 2013 р. К.: НУХТ, 2013 р. С. 45–46.
2. Прилепа Н. В., Соколюк Г. О. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2014. № 4, Т. 2. С. 162–164.

**Леськова С. В.**

викладач

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

## **ОЦІНКА СТРАТЕГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ**

Розвиток роздрібних торговельних мереж України в умовах економічної глобалізації вимагає динамічного застосування нових підходів, пошуку ефективних методів управління, що здатні забезпечити швидке реагування й адаптацію до змін зовнішнього середовища, а отже, й ефективну діяльність. Умовою досягнення ефективності діяльності роздрібною торговельною мережею на ринку є спланована і розроблена стратегія розвитку, що є основою стратегічного управління діяльністю [1].

Успіх процесу розроблення та реалізації стратегії роздрібною торговельною мережею здебільшого залежить від ефективного розвитку персоналу, оскільки у XXI столітті саме персонал є основою стратегічного потенціалу мережі, що впливає на її конкурентоспроможність і визначає напрями розвитку в майбутньому. Зважаючи на це, роздрібною торговельною мережею необхідно розробити стратегію управління розвитком персоналу, яка буде однією із підсистем корпоративної стратегії [2].

Взаємозв'язок елементів системи управління розвитком персоналу з позиції стратегії розвитку роздрібною торговельною мережею можна представити за допомогою схеми (рис. 1).



Рис. 1. Взаємозв'язок елементів системи управління розвитком персоналу у контексті стратегічного управління роздрібною торговельною мережею [6]

Стратегія управління розвитком персоналу виходить із загальної корпоративної стратегії та стратегії управління персоналом роздрібної торговельної мережі і підпорядковується їх цілям на всіх етапах розвитку. Система управління розвитком персоналу складається із взаємопов'язаних елементів: навчання, адаптація, оцінювання, робота з кадровим резервом, кар'єрне просування тощо. Також необхідно відмітити взаємозв'язок системи управління розвитком персоналу із іншими підсистемами, такими як мотивація і стимулювання.

Системність у розвитку персоналу є визначальним фактором формування планів і програм навчання та розвитку. Важливим є те, що корпоративне навчання лише тоді буде системним, коли воно буде пов'язано із стратегією розвитку роздрібної торговельної мережі.

Ще одним правилом ефективної реалізації стратегії управління розвитком персоналу є те, що створення будь якої системи навчання і розвитку персоналу має починатися з розроблення системи оцінювання. При розробленні системи оцінювання персоналу необхідно врахувати те, що вона має передбачати як професійний рівень, так і рівень вираженості компетентностей, наявність *soft skills*.

Оцінювання системи розвитку персоналу у роздрібних торговельних мережах потребує застосування різних методів щодо якісних і кількісних показників. Одним із методів оцінювання ефективності системи розвитку персоналу, який використовується в сучасних роздрібних торговельних мережах є "управління ефективністю" на основі КРІ (Key Performance Indicators – ключові показники ефективності).

До прикладу в роздрібній торговельній мережі "Епіцентр К" управління розвитком персоналу базується на застосуванні компетентісного підходу, який полягає у використанні моделей компетентності для всіх категорій персоналу. В моделі компетентності передбачені як



особистісні компетентності (відповідальність, комунікабельність, вміння працювати в команді тощо), так і корпоративні (лояльність до торговельної мережі і клієнтоорієнтованість). Модель компетентності орієнтована на KPI підрозділу, в якому працює персонал. Для продавців-консультантів KPI – це план продажів, робота з товаром без руху, збільшення частки власного імпорту тощо. Модель компетентності використовується менеджером з персоналу під час атестації, яка відбувається з метою встановлення відповідності працівника посаді і професійного зростання [5].

В мережі “Comfi” також для оцінювання персоналу використовується прозора і збалансована система KPI. Так, з метою підвищення ефективності, зростання обсягів продажів і рівня клієнтського сервісу основними показниками ефективності продавців є зростання обсягів продажів на одного працівника, частка ринку побутової техніки й електроніки, зростання обсягу продажів в цілому по магазину, а також лідерський NPS (рівень задоволеності споживачів). З метою досягнення KPI в Comfi ефективно мотивують працівників з допомогою різних проєктів, конкурсів (проєкт Рітейл-місія, конкурс кращих практик і лайфхаків ефективних працівників “Idea Hub”). Це спонукає персонал мережі докладати максимальних зусиль для підвищення обсягів продажів, покращення якості надання послуг, що призводить до зростання частки мережі на ринку, а також підвищення залученості персоналу до бізнес-процесу [4].

Роздрібна торговельна мережа “Фокстрот. Техніка для дому” (ГК “Фокстрот”) вперше у вітчизняному рітейлі запровадила систему оплати праці персоналу за ключовими показниками ефективності (KPI). Система забезпечує високу вмотивованість співробітників на гарантоване виконання рішень власників і топ-менеджерів, дозволяє створити в компанії команду односторонців, зорієнтувати працівників на вимогливе ставлення до своїх результатів і результатів підрозділу. При цьому досягаються такі переваги:

- можливість планування зусиль співробітників;
- прогнозування заробітної плати;
- відкритість і доступність оцінки діяльності;
- взаємна відповідальність за корпоративний результат;
- синергетичний ефект й висока результативність роботи колективу [3].

Таким чином, оцінюючи стратегічний потенціал ефективності системи управління розвитком персоналу, ми виявили, що умовою ефективного функціонування системи стратегічного управління роздрібною торговельною мережею є визначення та оцінювання показників рівня розвитку персоналу. Це дає можливість керівництву скоординувати діяльність мережі у потрібному напрямку, а також спланувати необхідні заходи щодо вибору ефективних методів розвитку персоналу.

#### **Список використаних джерел**

1. Бортнік С. Стратегічне управління розвитком персоналу підприємства та сучасні підходи до оцінювання його рівня. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2015. № 2. С. 33–39.
2. Дериховська В. І. Взаємозв'язок розвитку персоналу та стратегії управління персоналом. *Бізнес Інформ*. 2013. № 7 (426). С. 341–347.
3. *Звіт з прогресу* ГК “Фокстрот” 2011. URL: <https://foxtrotgroup.com.ua/file?id=206>.
4. Майор М. *Игры, в которые играют в Comfi. Comfi, в котором мы играем в игры*. Журнал “Менеджер по персоналу”. № 7, 2017. С. 20–28.
5. Проблема с кадрами – соотношение компетенций, KPI и работа с персоналом по построению карт роста. URL: <https://trademaster.ua/personal/312692>.
6. Соловьева И. А., Закирьянов Р. И. Комплексная модель оценки эффективности системы развития человеческих ресурсов организации. *Электронный научный журнал “Нефтегазовое дело”*. 2015. № 2. С. 370–384.

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

**Ощипок І. М.**

д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

### НОВІ ПЛОЩИНИ В АВТОМАТИЗАЦІЇ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ

Сучасний етап розвитку автоматизації виробництва на харчових плантаріях характеризується складними управлінням, значною швидкістю верстатів, збільшенням числа регульованих параметрів і взаємозв'язків об'єктів керування; підвищенням необхідної точності обробки, зростанням дистанційності керування тощо. Ці завдання вирішуються на базі сучасної електронної техніки, широкого впровадження мікропроцесорів і універсальних комп'ютерів. Актуальним до сих пір завданням автоматизації харчової галузі є формування комп'ютерно-інтегрованого виробництва. Для цього створюються різні комплекси програм, що дозволяють об'єднувати процес управління. Автоматизується в даному випадку не окремий виробничий процес, а цілий комплекс. Останнім часом розроблені такі автоматизовані системи управління харчової промисловості, які мають широкий спектр функціональних можливостей. Дані системи виконані таким чином, що система працює оперативно, швидко і надійно. Також вона дуже комфортна у використанні оператором.

Розглянемо автоматизацію технологічних процесів теперішніх харчових виробництв як комплекс заходів і інноваційних рішень, які служать скороченню частки ручної праці в ході виробництва. До ключових переваг впровадження автоматизації виробництва можна віднести наступні:

- скорочення часу, який витрачається на виконання заданої операції;
- зменшення впливу людського фактора;
- підвищення точності виконаних операцій;
- скорочення персоналу;
- уніфікація обладнання;
- можливість впровадження нових технологій і складних операцій;
- значне зменшення ймовірності браку;
- збільшення безпеки на окремих ділянках виробництва.

Для сучасного бізнесу автоматизація харчових виробництв, є однією з ключових тем. Автоматизація харчової промисловості ускладнюється тим, що підприємства відрізняються один від одного в загальних технологічних рішеннях, наприклад між виготовленням харчової продукції і рибоконсервним комбінатом, не може бути однакових підходів в принципі. Таким чином, для автоматизації конкретного харчового виробництва розробляється своя автоматизована система управління технологічним процесом (АСУ ТП) з жорстким алгоритмом. Звичайно, існують системи, які можна інтегрувати в будь-харчове виробництво. Незважаючи на те, що технологічні процеси на кожному виробництві відрізняються, важко уявити, що значна частка операцій в кожному випадку будуть виконуватися вручну, без використання відповідного автоматизованого обладнання. Безпосередньо в цехах, на підготовчих та основних операціях з випуску харчової продукції, працюють окремі автоматизовані системи з вузькоспеціалізованим програмним забезпеченням. З численних галузей промисловості саме харчова промисловість в останні роки, має тенденцію до постійного зростання. Автоматизація харчових виробництв забезпечує виробництво продуктів вимогам стандартів і надає їм гідне місце на прилавках магазинів, дозволяючи розвивати національний харчовий бізнес.

Комп'ютери та інша мікропроцесорна техніка, що впроваджується на харчових

плантаріях, сприяє тому, що в них стали використовуватися найновітніші, технічно складні автоматизовані системи управління. Саме вони призводять до того, що інтегрується в єдине ціле весь виробничий процес підприємства.

Завданням системного підходу до створення виробничо-інтегрованих комплексів (ВІК) є їх розробка з використанням всієї сукупності методологічних і соціально-наукових засобів з огляду об'єкта управління.

Поділяючи систему на рівні ієрархії, дотримуються таких вимог:

1. Кожний рівень ієрархії повинен повністю проглядатись і бути зрозумілим без детального знання нижчих рівнів.
2. Зв'язки між елементами на одному рівні ієрархії повинні бути зведені до мінімуму.
3. Елемент вищого рівня повинен викликати елемент наступного рівня і, передаючи йому необхідну інформацію, має утворювати єдине ціле з ним.
4. Елемент наступного рівня після закінчення своєї роботи повертає управління елементу, що його викликав.

Для аналізу та опису системи використовують різні види структур, які відрізняються типами елементів і зв'язків між ними. До них відносяться: функціональні, технічні, організаційні, програмні, алгоритмічні та документальні структури.

За довільного підходу до проектування ВІК рівень його надійності залежить від наступних факторів:

1. Складу та рівня надійності технічних засобів, їх взаємодії та структури.
2. Складу та рівня надійності програмних засобів.
3. Рационального розподілу задач між технічними засобами, програмним забезпеченням.
4. Режимів та організаційних форм технічної експлуатації.
5. Ступеня використання різних видів резервування.
6. Рівня застосування методів і засобів технічної діагностики.
7. Реальних умов функціонування інформаційної системи.

В безперервних технологічних процесах матеріальний потік та інформація, що його відображає, безперервні. Матеріальний потік, який проходить через технологічне обладнання і зазнає в кожному мить часу зміни своїх властивостей, є неперервним. До безперервних відносять виробництва, у яких вимагається регулювати витрату, тиск, температуру, напругу, переміщення рухомих елементів та інші величини в усьому діапазоні їх змін. Це різноманітні біореактори, процеси приготування харчових продуктів.

Для дискретних технологічних процесів характерна вихідна продукція у вигляді виробів, що обчислюються в штуках. Початкові складники перетворюються циклічно і готова продукція випускається партіями. До дискретних відносять виробництва з кінцевим числом станів змінних, наприклад з увімкненням (відкриттям) і вимкненням (закриттям) клапанів, засувок, пускачів за сигналами двопозиційних давачів.

Широке впровадження автоматизації – найбільш ефективний шлях підвищення продуктивності праці. При розробці АСУ ТП харчової промисловості застосовуються багатоконтурні системи. У них реалізуються такі чимало важливі принципи для харчової промисловості, як адаптація, компенсація збурень, а також розкриваються структури каскадних систем, системи контролю і сигналізації тощо.

Багатофункціональність автоматизованої системи управління харчової промисловості ґрунтується на можливості різноманітного графічного відображення інформації. Так сучасні системи дозволяють швидко створювати динамічні мнемосхеми, графіки, таблиці. Робота проводиться не тільки з реальними даними, а й з тими, що були збережені і заархівовані. Все це дозволяє працювати настільки ефективно, щоб під час виникнення відхилень в роботі обладнання, простоїв, краще управляти виробництвом і досягати задані результати.

## **СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ**

Основним методологічним підходом до управління якістю продовольчих товарів у сучасних умовах є системний. Він полягає в тому, що кожен об'єкт дослідження розглядається як сукупність елементів, які пов'язані між собою зовнішніми та внутрішніми зв'язками і утворюють цілісну систему. Головними характеристиками системи є: ємерджентність – незведеність властивостей системи до суми властивостей її елементів; структурність, тобто можливість описання системи через її структуру; взаємозалежність структури і середовища; ієрархічність. Відповідно, системний підхід є інтегрованим, однак не сумарним і полягає в охопленні всіх етапів життєвого циклу продукції: від її проектування через виробництво до реалізації.

У процесі розробки стратегії розвитку жодна компанія не залишає без уваги питання якості. Успішні підприємства розробляють і впроваджують системи управління якістю та за допомогою цього розвивають свій бізнес. Теоретичні і практичні знання про принципи дії таких систем і сучасних напрямів у торгівлі продовольчими товарами вдосконалюють діяльність компаній. Розуміння проблем вагомості якості та систем управління якістю є незамінною передумовою для результативної діяльності торговельних підприємств.

Запровадження новітніх напрямів в управлінні якістю продовольчих товарів сприятиме підняттю бізнесу на більш високий ступінь розвитку, зниженню ризиків підприємства, що пов'язані з питаннями якості, просуванню й представленню своєї продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках. Сучасні методи управління якістю пов'язані з методологією TQM (Total Quality Management). Концепція TQM призначена для внутрішньої потреби компанії:

- перевірка якості (аудит) – систематичний і незалежний аналіз, який дозволяє визначити відповідність діяльності з якості та її наслідків запланованим заходам, а також ефективність від провадження цих заходів та їх відповідність поставленій меті;

- забезпечення якості – складова управління якістю, зосереджена на збільшенні здатності виконати вимоги щодо якості, тобто всі планові і систематично виконувані види діяльності в межах системи якості, що підтверджуються в разі потреби, і необхідні для створення достатньої впевненості в тому, що підприємство буде виконувати вимоги якості. Забезпечення якості включає в себе всі систематизовані і заплановані види діяльності, які необхідні для виконання встановлених вимог. До таких видів діяльності відносяться: планування якості, регулювання якості та контроль якості;

- система управління якістю – система управління, яка спрямовує та контролює діяльність учасників відносин по здійсненню діяльності.

Застосування принципів управління якістю не лише має прямі переваги в діяльності підприємства, але й слугує важливим інструментом зниження витрат і ризиків. Політика в сфері якості вимагає визначення першочергових задач щодо досягнення цілей у сфері якості. Першочергові завдання включають: постійне задоволення споживачів з точки зору професійних стандартів; безперервне підвищення якості продукції; врахування соціальних потреб. Ріст ступеню насичення ринку продовольчими товарами, посилення конкуренції показали, що констатуючої системи контролю якості недостатньо, виникла необхідність у виявленні та аналізі причин дефектів, розробці заходів щодо запобігання дефектів у майбутньому. Після усвідомлення існування процесу “створення якості” склалася нова концепція – управління якістю, що передбачала з метою підвищення конкурентоспроможності продукції не просто *забезпечення якості*, а й *поліпшення якості*.

Системи управління якістю сприяють підприємствам у підвищенні задоволеності споживачів (замовників). Потреби та очікування споживачів (замовників) оформляються у

вигляді нормативно-технічної документації (стандартів) на продукцію. Зміни потреб і очікувань споживачів, конкурентне середовище та інновації змушують підприємства безперервно поліпшувати й вдосконалювати свою продукцію. Системи управління якістю є основою для постійного поліпшення якості продукції. З метою допомоги підприємствам незалежно від їхнього типу та розміру в запровадженні й забезпеченні функціонування ефективних систем управління якістю застосовуються розроблені нормативні документи – стандарти ISO серії 9000.

Для поліпшення показників функціонування підприємства найвище керівництво може використовувати *вісім принципів управління якістю*:

- орієнтація на замовника – підприємства залежать від своїх замовників і тому повинні розуміти поточні та перспективні потреби замовників, виконувати ці вимоги та прагнути до перевищення їхніх очікувань;

- лідерство – керівники встановлюють єдність призначення та напрямів діяльності підприємства, тобто вони повинні створювати й підтримувати внутрішнє середовище, в якому працівники можуть бути цілком залучені до досягнення цілей, поставлених перед підприємством;

- залучення працівників – працівники на всіх рівнях становлять основу організації, і їх цілковите залучення дозволить застосовувати здібності на користь організації;

- процесний підхід – бажаного результату досягають ефективніше, коли діяльністю та пов'язаними з нею ресурсами управляють як процесом;

- системний підхід до управління – визначення і розуміння взаємопов'язаних процесів та управління ними як системою сприяє підприємству ефективно та результативно досягати поставлених цілей;

- постійне поліпшення – поліпшення загальних показників діяльності підприємства потрібно вважати незмінною метою організації;

- прийняття рішень на підставі фактів – ефективні рішення приймають на підставі аналізу інформації та даних;

- взаємовигідні стосунки з постачальниками.

Розробка і впровадження системи управління якістю здійснюється в декілька етапів:

- визначення потреб і очікувань замовників;

- визначення політики і цілей підприємства в сфері якості;

- визначення процесів і відповідальності, необхідних для досягнення цілей у сфері якості;

- визначення переліку, кількості та забезпечення ресурсами;

- встановлення методів для вимірювання результативності та ефективності всіх процесів;

- застосування вимірювань з метою визначення результативності та ефективності всіх процесів;

- визначення засобів для запобігання невідповідностям і усунення їх причин;

- впровадження та використання процесу постійного поліпшення системи управління якістю.

Документація уможливорює передавання змісту та послідовності дій. Її застосування сприяє досягненню відповідності вимогам замовників і поліпшенню якості, забезпеченню відповідної підготовки працівників, повторюваності та простежуваності, забезпеченню об'єктивних доказів та оцінюванню результативності й постійної придатності системи управління якістю.

#### **Список використаних джерел**

1. Лозова Т. М., Сирохман І. В. *Управління якістю та безпечністю продукції харчової галузі*. Львів: Видавництво "Растр-7", 2018. 400 с.

2. Свен Г., Геррманн Й. *Управление качеством; пер. с нем. М. Н. Терехиной; 2-е изд., стер. М.: СмарТБук, 2010. 128 с.*

## **АНТИМІКРОБНІ ВЛАСТИВОСТІ МЕДУ ПЕРЕДГІР'Я КАРПАТ**

Натуральний бджолиний мед – продукт, який характеризується високою поживною цінністю і з давніх часів застосовується для лікування та профілактики багатьох захворювань.

Відомо, що різні види меду мають неодинаковий склад, споживні і лікувальні властивості. Зустрічається мед з низькими споживними властивостями, який не є лікувальним. Крім цього, має місце фальсифікація меду.

Одним з показників, що характеризує натуральність меду є його антимікробна активність.

Вважають, що антимікробним фактором меду є продукт секреторної діяльності бджіл, а також інгібітор рослинного походження. На бактерицидність меду впливає високий вміст у ньому простих цукрів, низька кислотність, наявність перекису водню, який утворюється внаслідок дії глюкозооксидази на глюкозу.

Метою наших досліджень було вивчення антимікробних властивостей меду передгір'я Карпат. Зразки меду заготовляли у господарствах з Яворівського, Сколівського і Дрогобицького районів Львівської області та Коломийського, Надвірнянського і Галицького районів Івано-Франківської області.

Об'єктами дослідження був мед натуральний з акації, конюшини, малини, соняшника, липи, гречки, лісового різнотрав'я. Визначення ботанічного сорту меду проводили шляхом проведення пилкового аналізу.

Для досліджень в якості тест-мікробів нами були використані: *Staphylococcus pyogenes aureus* 209 – золотистий стафілокок, куляста, грамположитивна бактерія, збудник харчових отруєнь, *Esherichia coli* – кишкова паличка, постійний житель кишечника, неспороутворююча, грамнегативна, *Bacillus subtilis* – сінна паличка, спороутворююча грамположитивна, збудник псування харчових продуктів, є причиною картопляної хвороби хліба, *Proteus vulgaris* – гнильна, неспороутворююча, грамнегативна паличка, збудник псування м'ясних, рибних і овочевих продуктів.

Для визначення антимікробної дії меду на мікроорганізми використовували метод “колодця”. Стерильні чашки Петрі з м'ясо-пептонним агаром (поживне середовище) засівали бактеріальною суспензією з тест-мікробів, яка містила десять тисяч клітин. Бактеріальну суспензію готували по стандарту мутності шляхом серійних розведень. У засіяних бактеріями чашках Петрі в стерильних умовах вирізали “колодці”, у які вносили досліджуваний мед. Чашки з посівами поміщали у термостат для вирощування бактерій. Антимікробну дію меду визначали за величиною стерильної зони у мм.

Результати дослідження показали, що всі види меду мають досить високу антимікробну дію по відношенню до взятих нами тест-об'єктів (табл. 1).

*Таблиця 1*

### **Результати дослідження антимікробної дії меду з передгір'я Карпат, мм**

<b>Мед</b>	<b>Колір</b>	<b>Staphylococcus pyogenes aureus 209</b>	<b>Esherichia coli</b>	<b>Proteus vulgaris</b>	<b>Bacillus subtilis</b>
Акацієвий	світлий	10,4	12,2	11,0	10,2
Конюшинний	світлий	10,2	8,4	6,3	5,0
Малиновий	янтарний	20,2	16,5	15,2	10,6
Соняшниковий	янтарний	20,6	10,8	12,4	10,6
Липовий	янтарний	21,5	12,7	10,5	17,7
Гречаний	темний	26,7	15,6	20,0	10,8
Лісове різнотрав'я	темний	30,0	23,3	18,8	15,9

Із світлих медів найвища антимікробна активність відзначена у меді акацієвому по відношенню до кишкової палички (зона 12,2 мм), найнижча у меді конюшинному по відношенню до сінної палички (зона 5,0 мм). Янтарні меди – малиновий, соняшниковий і липовий найвищу антимікробну дію проявили по відношенню до золотистого стафілокока у зоні 20,2 мм, 20,6 мм і 21,5 мм, відповідно. Найбільш сильна антимікробна дія по відношенню до всіх тест-мікробів виявлена у темних сортах меду: гречаному і з лісового різнотрав'я.

В розрізі впливу меду на окремі мікроорганізми найбільш сильну бактерицидну дію по відношенню до золотистого стафілокока і кишкової палички мають меди з лісового різнотрав'я: зона 30,0 мм і зона 23,3 мм, відповідно, до протею – мед гречаний: зона 20,0 мм, до сінної палички – мед липовий: зона 17,7 мм. Найнижчу антимікробну активність показав мед конюшинний по відношенню до сінної палички – зона 5,0 мм.

Мед для запобігання бродінню і знищення мікроорганізмів часом нагрівають. Слід зазначити, що при температурі понад 50°C мед втрачає антимікробні і лікувальні властивості, при 60°C знижується його ферментативна активність, зокрема зменшується діастазне число, активність інвертази, а при 80°C і вище починає руйнуватися фруктоза.

Як видно з наведених даних, антимікробна дія меду залежить від його ботанічного походження, забарвлення, виду бактерій і має індивідуальний характер.

#### **Список використаних джерел**

1. Децо про властивості меду. URL: <https://medochok.com.ua/page/something-about-properties-of-honey.html>.
2. Мікробіологічна безпека харчових продуктів. URL: <https://vingudpss.gov.ua/news/mikrobiologichna-bezpeka-harchovih-produktiv>.

**Бліщ Р. О.**

к.т.н., доцент,

**Земба О. М.**

магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПИВА З ПІДВИЩЕННЯМ ЙОГО СТІЙКОСТІ**

Основне завдання при виробництві пива – не тільки отримати якісний продукт, але й зберегти його органолептичні і фізико-хімічні властивості в межах норми, що передбачені державними стандартами, протягом тривалого часу. Тобто, збільшити стійкість пива.

Стійкість пива – це здатність його протистояти помутнінню. Під стійкістю розуміють час у добах, протягом якого пиво залишається прозорим при температурі 20 °С. Помутніння пива супроводжується погіршенням його смаку і пінистих властивостей. Помірне зниження прозорості і смаку відноситься до недоліків пива. Якщо пиво внаслідок сильного помутніння стає непридатним до вживання, то такий стан зараховують до категорії хвороб пива.

Як відомо, окислювальні процеси ведуть до погіршення якості харчових продуктів в тому числі і сприяють “старінню” пива. Вплив кисню суттєвий не тільки при зберіганні напою, але й під час всієї технологічної схеми виробництва. Наслідком ходу таких процесів є накопичення великого спектру речовин, які негативно впливають на смак і аромат напою.

Внаслідок окислювальних процесів, а також інших несприятливих факторів, таких як підвищення температура зберігання і дія світла існує ризик виникнення колоїдних помутнень.

Окислювальні процеси відбуваються на всіх етапах виробництва пива і починаються ще на стадії виробництва солоду. Сучасні технології дозволяють максимально обмежити вплив кисню на сировину і напівпродукти під час технологічного процесу, проте обмежити його вплив повністю неможливо. Тому для зменшення процесів окиснення пива важливим є використання спеціальних засобів.

Для захисту від окислювальних процесів до пива додають відновлюючі речовини. Для

цього використовують: солі сірчистої та тіосірчистої кислот, а також  $\alpha$ -аскорбінову та ізоаскорбінову кислоти та їх солі. Але використання аскорбінової кислоти, призводить до утворення дигідроаскорбінової кислоти, присутність якої у пиві у високих кількостях небажано через негативний вплив на якість напою. У той же час використання у пивоварінні відновлювальних речовин на основі сірки у великих кількостях також небажано через помітне

погіршення смаку при зберіганні пива. Широко пропонується використання збалансованої суміші сполук сірки з ерітроборатом натрію.

Таким чином, стабілізацію, або підвищення стійкості пива можна розглядати з точки зору того, наскільки вдається уникнути або сповільнити зміни, зумовлені його старінням.

*Метою роботи* є вивчення можливості використання нетрадиційної сировини, збагаченої антиоксидантами і дубильними речовинами.

#### **Завдання роботи:**

–провести пошук і підбір нетрадиційної сировини збагаченої антиоксидантами та дубильними речовинами;

–розглянути їх вплив на процеси старіння та окислення пива, а також на його органолептичні характеристики.

Підвищення стійкості пива до різноманітних помутнень, звичайно залежить від технологічних режимів його приготування. Проте підвищити цей показник дозволяє також використання спеціальних стабілізуючих засобів.

Введення натуральних екстрактів, або висушеної плодово-ягідної сировини на різних технологічних стадіях приготування пива дає змогу не тільки покращити його здатність протистояти утворенню помутнень в процесі зберігання, а й розширити асортимент за рахунок створення продукту з новими органолептичними якостями [1].

На даний момент проведено багато робіт по вивченню антиоксидантної активності (АОА) рослинних екстрактів. Екстракти з трави м'яти, листя підбілу, плодів горобини, трави чебрецю і звіробою, отримані згідно ТУ У 18.483-98, вже тестувалися на пиві. Було встановлено, що їх введення у технологічну схему виготовлення напою не тільки підвищує смакову стабільність готового напою, а також позитивно впливає на збереження гірких речовин хмелю, які містяться у кінцевому продукті.

Китайські вчені запатентували “Гранатове пиво”, що багате вітамінами та мінералами, що надходять із рослинної сировини (гранат, корінь петрушки, листя кукурудзи, бруньки хризантеми та ін.), легко засвоюється, стабільне під час зберігання, стимулює обмін речовин, покращує кровообіг, роботу серця і судин головного мозку, заспокоює нервову систему та покращує сон, зменшує вплив токсинів [2].

Відомий спосіб виробництва пива з внесенням соснової добавки, частка якої становить 0,8% пивного суслу. Добавку, приготовану з порошку кори, шишок та хвої сосни вводять на стадії кип'ятіння з хмелем. Це дозволяє поліпшити смакові властивості пива, підвищити біологічну цінність і лікувальні властивості готового напою. Натуральна сировина, а саме хвоя сосни має антиоксидантні властивості, підвищує антиокиснювальну здатність готового продукту та формує його оригінальні органолептичні властивості.

В останні роки зросла актуальність створення алкогольних напоїв з використанням лікарських настоїв ефіроолійних рослин: меліси лимонної, лаванди, м'яти, шавлії, котячої м'яти та ін. Цікавою та перспективною рослиною, що вирощується на території України, є волоський горіх, який у своєму складі має всі необхідні речовини, що сприяють стабільності пива. УкрНДІ харчової промисловості розроблені антиоксиданти з рослинної сировини (ТУ У 18.483-98), які використовувались для захисту від окиснення різних харчових продуктів. У процесі стабілізації вони виявили високу ефективність.

Імбир, як і інші лікарські рослини, містить дуже складну суміш компонентів, серед яких бета-каротин, кофеїнова кислота, куркумін. Крім цього до складу імбиру входять багато амінокислот, а також вітаміни С, В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, А. Оскільки до його складу входить велика кількість біологічно активних речовин, імбир має високу антиоксидантну активність. Завдяки цьому,



останнім часом він є об'єктом досліджень багатьох вчених.

Також цікавим є використання кизилу. Завдяки дубильним речовинам кизил володіє в'язучими властивостями, що в свою чергу має стати запорукою зменшення кількості білків – попередників колоїдних помутнінь. Встановлено, що свіжі ягоди кизилу можуть бути хорошим джерелом антиоксидантів і використовуватися в якості харчової добавки.

Хімічний склад калини звичайної дуже багатий на корисні речовини: підвищений вміст антиоксидантів і дубильних речовин, що сприятиме підвищенню стійкості пива, поліпшення його характеристик, а також задля розширення асортименту продукції зі створенням нових сортів.

Отже, в результаті проведених досліджень вдалось підібрати багату на компонентний склад пряно-ароматичну сировину з метою отримання стійкого до помутнінь пива, а також урізноманітнити рецептуру пива.

#### **Список використаних джерел**

1. Ермолаева Г. А. *Справочник работника лаборатории пивоваренного предприятия. СПб.: Профессия, 2004. 356 с.*
2. *Pomegranate beer: Patent CN105670846 (A) China: Classification C12C 11/02, C12C 5/00 (2006.01) / Shi Jingchun; Yu Zhenlong. № 20161142453 20160314; Stated 2016.03.04; Published 2016.06.15. 8 p.*

**Бодак М. П.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ХОЛОДИЛЬНИХ МАШИН**

Фізична природа тепла і холоду однакова. Тепло є однієї з форм енергії, що проявляється в русі молекул речовини того або іншого агрегатного стану. Тепло – це внутрішня енергія тіла, що полягає в хаотичному русі його частинок, а різниця між теплим і холодним тілами лише у швидкості руху молекул, які складають ці тіла. При відведенні від тіла тепла рух молекул сповільнюється і воно охолоджується. Отже, одержання холоду зводиться до зменшення вмісту тепла у твердому, рідкому або газоподібному тілі. Охолодження тіла – це відведення від нього тепла, яке воно супроводжується зниженням температури.

Холодильна машина знижує температуру обмеженого середовища або тіла щодо температури навколишнього середовища і підтримує цю знижену температуру невизначено тривалий період. Так само можна знизити температуру сольового розчину відповідної концентрації або, віднімаючи теплоту пароутворення, здійснити зрідження газоподібної речовини.

Основним типом холодильних машин, який використовується в побуті, закладах готельно-ресторанного господарства, харчовій промисловості та сільському господарстві є компресійні холодильні машини. Принцип дії компресійної холодильної машини включає багатоступеневе стиснення холодоагенту з проміжним охолодженням, наступне охолодження в проміжному теплообміннику до параметрів нижче критичної точки, ізотермічне стиснення до тиску вище тиску конденсації, дроселювання і випаровування. Загалом, це агрегат в якому рідина (холодильний агент) перетворюється на пару, поглинаючи тепло від охолоджуючого середовища, а пари холодильного агента стискаються (компресія) і віддають тепло у конденсаторі, переходячи знову в рідину.

У 1871 році Карл фон Лінде і мюнхенський пивовар Габріель Седермаєр домовились встановити холодильну машину на browарні Шпатен. Линде розробив холодильник, робота якого ґрунтувалась на принципі циркуляції рідини (холодоагента), що поперемінно випаровується та конденсується у системі труб.

Пропонується компресійна холодильна машина містить послідовно сполучені з утворенням замкненого контуру компресор, повітряний конденсатор, дросельний вузол та повітряний випарник зі збірником конденсату, яка відрізняється тим, що над теплообмінною поверхнею повітряного конденсатора розташовані розпилювачі води, сполучені

трубопроводом із збірником конденсату повітряного випарника, як дросельний вузол вона містить капілярну трубку, а між повітряним конденсатором і капілярною трубкою встановлено фільтр-осушувач [1].

Окрім компресійних машин, в яких холодильний цикл компенсується витратою енергії у вигляді механічної роботи є машини, в яких холодильний цикл компенсується витратою енергії у вигляді тепла. До них відноситься абсорбційна (поглинаюча) холодильна машина – заснована на властивості абсорбенту поглинати або абсорбувати пари холодильного агента і пароводяна ежекторна холодильна машина – дія її заснована на випаровуванні води за низької температури в умовах вакууму. Основний недолік даних машин – високі енерговитрати. Про те, ведуться дослідження спрямовані на їх оптимізацію. Винахід належить до галузі холодильної техніки і може бути застосований в системах охолодження та кондиціонування повітря. Каскадна компресійно-ежекторна холодильна машина включає компресійну холодильну машину в нижньому ступені каскаду, яка містить замкнутий контур циркуляції холодоагенту, що включає сполучені між собою трубопроводами компресор, конденсатор-випарник, дросельний вентиль і випарник, тепловикористальну ежекторну холодильну машину в верхньому ступені каскаду, яка містить контур циркуляції робочої речовини, що включає сполучені між собою трубопроводами нагрівач-пароохолоджувач, парогенератор, ежектор, конденсатор і живильний насос, а також контур циркуляції холодоагенту, що включає сполучені між собою трубопроводами послідовно встановлені регулюючий вентиль і конденсатор-випарник. Нагрівач-пароохолоджувач установлений в контурі циркуляції робочої речовини між живильним насосом і парогенератором, та включений у контур циркуляції холодоагенту компресійної холодильної машини між компресором і конденсатором-випарником [2].

Парокомпресійна холодильна машина містить замкнутий контур циркуляції холодоагенту, що включає сполучені між собою трубопроводами компресор, перший конденсатор, дросельний вентиль, випарник і тепловикористальну ежекторну холодильну машину, що складається з генератора-пароохолоджувача, ежектора, другого конденсатора, живильного насоса, регулюючого вентиля і випарника-переохолоджувача.

Генератор-пароохолоджувач установлений між компресором і першим конденсатором, а випарник-переохолоджувач – між першим конденсатором і дросельним вентиляем [3]. Винахід забезпечує підвищення ефективності роботи за рахунок зменшення теплових навантажень на конденсатор-випарник каскадної машини, а також на генератор і конденсатор ежекторної холодильної машини нижнього ступеня каскаду, при цьому забезпечується істотне зниження масогабаритних характеристик ежекторної холодильної машини і всієї каскадної системи в цілому.

У повітряній холодильній машині, що містить детандер-компресор, обмінник компенсаційного ступеня, виконаний як каскадний обмінник тиску основного стиснення з вікнами для підведення стисливого і відведення стискаючого середовища, а також сполучені з атмосферою впускний і випускний тракти, компенсаційний ступінь оснащено додатковим каскадним обмінником тиску попереднього стиснення, у якого вікно для підведення стискаючого середовища сполучене з вікном для відведення стискаючого середовища каскадного обмінника тиску основного стиснення каналом, що містить підігрівник, вікно для відведення стисненого середовища сполучене з вікном для підведення стисливого середовища каскадного обмінника тиску основного стиснення каналом, що містить охолоджувач, а вікна для підведення стисливого і відведення стискаючого середовища каскадного обмінника попереднього стиску сполучені відповідно з впускним і випускним трактом. Збільшення глибини охолодження об'єкта у холодильній камері йде за рахунок підвищення тиску стисливого у компенсаційному ступені повітря і ступеня розширення повітря у детандер-компресорі без підвищення максимальної температури циклу, що сприятиме збільшенню холодильного коефіцієнта повітряної холодильної машини [4].

Пропонується абсорбційна холодильна машина зі струминним апаратом, що містить послідовно підключені десорбер із лініями слабо концентрованого рідкого розчину

холодоагенту та абсорбенту, концентрованого рідкого розчину холодоагенту та абсорбенту, пароподібної суміші високого тиску холодоагенту та залишкового абсорбенту, конденсатор, підключений своїм входом до лінії пароподібної суміші високого тиску холодоагенту та залишкового абсорбенту, а виходом по лінії рідкого холодоагенту – до входу випарника, вихід з якого сполучений зі входом абсорбера по лінії пари холодоагенту низького тиску, струминний апарат, підключений своїм дифузором до входу абсорбера, а приймальною камерою – до виходу теплообмінника розчинів по лінії слабо концентрованого рідкого розчину холодоагенту та абсорбенту, вхід якого по лінії слабкоконцентрованого рідкого розчину холодоагенту та абсорбенту підключений до виходу десорбера, сполученого своїм входом із виходом теплообмінника розчинів по лінії концентрованого рідкого розчину холодоагенту та абсорбенту, вхід якого по лінії концентрованого рідкого розчину холодоагенту та абсорбенту підключений до виходу абсорбера, яка відрізняється тим, що струминний апарат виконаний у вигляді конденсаційного термопресора, підключеного своїм робочим соплом по лінії пари холодоагенту низького тиску до виходу з випарника, а вихід теплообмінника розчинів по лінії слабкоконцентрованого рідкого розчину холодоагенту та абсорбенту сполучений також зі входом абсорбера [5].

Отже, холодильні машини дозволяють переносити тепло від охолоджуючого середовища (харчові продукти) до зовнішнього середовища. Сучасні тенденції розвитку холодильних технологій ґрунтуються на використанні енергоефективних, екологічно безпечних, компактних та дешевих холодильних машин.

#### **Список використаних джерел**

1. Пат. 129827 Україна МПК (2018.01) F25B 1/00. Холодильна машина / О. С. Подмазко, І. О. Подмазко, Н. О. Піщанська; заявник і патентовласник Одеська національна академія харчових технологій. № и 201806240; заявл. 04.06.2018; опубл. 12.11.2018, Бюл. № 21.
2. Пат. 108256 Україна МПК (2015.01) F25B 7/00, F25B 9/08 (2006.01). Каскадна компресійно-ежекторна холодильна машина / В. О. Петренко, В. О. Єрін; заявник і патентовласник Одеська національна академія харчових технологій. № а 201303990; заявл. 10.10.2013; опубл. 10.04.2015, Бюл. № 7.
3. Пат. 107393 Україна МПК (2014.01), F25B 1/00, F25B 25/00, F25B 27/00, F25B 29/00. Парокомпресійна холодильна машина / В. О. Петренко, В. О. Єрін; заявник і патентовласник Одеська національна академія харчових технологій. – № а 201303990; заявл. 04.03.2013; опубл. 25.12.2014, Бюл. № 24.
4. Пат. 98734 Україна МПК (2012.01), F25B 9/00. Повітряна холодильна машина / О. І. Крайнюк; заявник і патентовласник Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля. № а 201105035; заявл. 20.04.2011; опубл. 11.06. 2012, Бюл. № 11.
5. Пат. 98734 Україна МПК (2009). F25B 15/12. Абсорбційна холодильна машина зі струминним апаратом / А. М. Радченко, Р. М. Радченко, М. І. Радченко, Д. В. Коновалов; заявник і патентовласник Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова. № а200804033; заявл. 31.03.2008; опубл. 25.05. 2010, Бюл. № 10.

**Гаврилишин В. В.**

к.т.н., доцент,

**Лебединець А. І.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ ОВОЧЕВОЇ СИРОВИНИ У ВИРОБНИЦТВІ КЕКСІВ**

Традиційно кекси користуються популярністю у дітей. Але аналіз їх харчової цінності виявив недоліки: підвищена цукро- і енергомісткість; наявність жирів, що містять транс-ізомери; нестачу білків, харчових волокон, вітамінів, макро- і мікроелементів.

Проведений аналіз різних літературних джерел дозволяє зробити висновок, що є праці вітчизняних і зарубіжних дослідників з розширення сировинної бази у виробництві кексів шляхом використання нетрадиційної сировини з врахуванням функціональних властивостей з метою поліпшення показників якості готових виробів. Для збагачення функціональними інгредієнтами у склад кексів рекомендують вводити різні продукти переробки овочевої

сировини як окремо, так і в комплексі з різною нетрадиційною сировиною.

Овочі і фрукти, а також продукти їх переробки мають велике значення у харчуванні людини, оскільки є джерелом вітамінів, біологічно активних речовин (амінокислот, цукрів, органічних кислот, дубильних і барвних речовин) та мінеральних солей. Також фрукти і овочі характеризуються дієтичними властивостями і ефективні при лікуванні різних захворювань внутрішніх органів людини. Хімічний склад рослин має сталі визначені співвідношення, які створювались у процесі еволюції при взаємодії організму і навколишнього середовища.

Сьогодні досить поширеним є використання продуктів переробки топінамбуру в рецептурах різних борошняних кондитерських виробів, у тому числі й кексів. Так впроваджено технологію виробництва кексу функціонального призначення на основі продуктів переробки топінамбура – клітковини й сиропу. Найкращими показниками якості характеризувався зразок з повною заміною цукру на сироп із топінамбуру та ізюму на клітковину топінамбура. Застосування сиропу і клітковини топінамбура у виробництві кексів дозволяє отримати вироби з підвищеною харчовою цінністю, збагачених пребіотиком інуліном, розширити асортимент функціональних борошняних кондитерських виробів.

Крім цього, розроблена технологія і рецептура здобного дріжджового кексового тіста з використанням овочево-ягідного пюре на основі топінамбура (пасти топінамбура і свіжої брусниці). Встановлено, що оптимальною добавкою у тісто є 10-20% пюре із овочево-ягідної сировини на основі топінамбуру з одночасним зниженням закладки дріжджів на 15-30%.

Запропоновано рецептуру кексів з фруктово-овочевою начинкою, які рекомендують для харчування дітей молодшого шкільного віку. При цьому в рецептурі кексів частково було замінено пшеничне борошно на лляне і соняшникове, а також використано кисломолочний сир. Фруктово-овочева начинка включає пюре із бульб топінамбура, пюре із плодів субтропічних культур, а саме плодів хурми, апельсинів і фейхоа, які є джерелами харчових волокон, вітамінів, мінеральних речовин, необхідних для розвитку дитячого організму. Нові кекси характеризуються підвищеною харчовою й біологічною цінністю за рахунок підібраних рецептурних композицій, збалансованих за хімічним складом та пониженою калорійністю.

Українськими науковцями розроблено рецептуру капкейку з фруктозою та порошком топінамбуру в кількості 9% від маси борошна. Згідно технології приготування фруктозу та порошок топінамбуру додають на стадії збивання вершкового масла та меланжу. Використання даної сировини сприяє збагаченню виробів біологічно цінними компонентами та розширенню асортименту продукції для діабетиків.

Проведені дослідження з використання пюре, які отримано з моркви, буряка або гарбуза у поєднанні з молочною сироваткою та карбоксиметилцелюлозою у рецептурах кексів. При цьому встановлено, що використання даних інгредієнтів дозволяє зменшити щільність кексу, збагатити його розчинними і нерозчинними харчовими волокнами та рекомендувати як продукт здорового харчування.

Введення у рецептуру кексів подрібненої м'якоті гарбуза й борошна із суцільнозмеленого зерна пшениці дозволяє збагатити готові вироби корисними речовинами і підвищити їх харчову цінність. У результаті досліджень розроблено нову рецептуру кексу "Ілля Муромець" з додаванням 50% м'якоті гарбуза до маси борошна. Розрахунок харчової цінності розроблених виробів показав, що за рахунок хімічного і вітамінного складу м'якоті гарбуза, споживання 100 г кексу забезпечить ступінь задоволення добової потреби білка на 6,9%, жиру – 16,2%, вуглеводів – 9,2%, харчових волокон – 7,2%. На основі отриманих даних кекс "Ілля Муромець" характеризується підвищеною харчовою цінністю і рекомендується для профілактичного і функціонального харчування.

Продукти переробки моркви також рекомендують використовувати у виробництві кексів, так як морква вважається цінним овочем, оскільки містить всі речовини, необхідні для нормальної життєдіяльності любого організму, особливо дитячого. Великий вміст каротину дозволяє використовувати її як джерело вітаміну А, який сприяє підвищенню

імунітету, збільшенню апетиту і життєвої енергії. Науковцями запропоновано рецептуру кексів “Моркоша” з використанням порошку з моркви, а також борошна із цільнозмеленого насіння нута та лляної олії. У рецептуру збагаченого виробу передбачено додаткове внесення 20% в’яленої журавлини, раціональне дозування якої встановлено шляхом органолептичної оцінки зразків кексів з різною її кількістю. На основі проведених досліджень розроблено технологію кексу “Моркоша”, збагаченого білками, поліненасиченими жирними кислотами, харчовими волокнами, вітамінами А, Е, групи В, холіном, мінеральними речовинами – калієм, фосфором, магнієм, залізом. Отримані дані дозволяють рекомендувати даний продукт у раціон харчування дітей дошкільного віку.

Українськими технологіями запропоновано введення у технологію кексу “Малятко” морквяного пюре та олії з насіння гарбуза, що призвело до зниження калорійності та поліпшення споживних властивостей готових виробів. Одночасно у розробленому кексі збільшився вміст таких мінеральних речовин як натрію, калію, магнію, селену, цинку, а також вітамінів А, РР, С, Е, β-каротину та поліненасичених жирних кислот. Додавання морквяного пюре до кексу “Малятко” сприяє зменшенню вуглеводів у виробках, що відповідно зменшує їх калорійність. Також розроблено кекси з морквяними вичавками у кількості 15% на заміну пшеничного борошна, що вплинуло на зниження енергетичної цінності виробів та розширенню асортименту функціональних кондитерських виробів.

Запропоновано безглютенові кекси “Фараон з цукром” і “Фараон” з стевіозидом, рецептури яких включають борошно з бульб чуфи, тонкодисперсні порошки моркви і яблука. Чуфа – це трав’яниста рослина родини осокових, яка є єдиним відомим олійним коренеплодом. Бульби чуфи не містять глютену, а високий вміст К, Са, Р, поліненасичених жирних кислот і вітаміну Е робить їх перспективною сировиною для створення продуктів, які сприяють зниженню рівня холестерину в крові, профілактиці серцево-судинних захворювань тощо.

Індійськими вченими запропоновано використання порошоків із стебла цвітної капусти і шкірки картоплі у рецептурах кексів на заміну частини борошна пшеничного. Стебла цвітної капусти і листя є хорошим джерелом дієтичних волокон, мінеральних речовин, таких як кальцій, мідь, залізо, марганець і калій, а шкірка картоплі – клітковини, вітамінів В<sub>6</sub>, К і ω-6 жирних кислот. У розроблених кексах збільшився вміст білків з 6,13 до 8,6% і харчових волокон – з 2,02 до 12,5%, а також виробу було збагачено і іншими поживними речовинами, якими багаті шкірка картоплі і стебло цвітної капусти. Дані кондитерські вироби покращують стан харчування всіх груп населення, а також рекомендують у лікувально-профілактичному харчуванні.

Таким чином, використання продуктів переробки овочів у композиціях з іншою цінною нетрадиційною сировиною у виробництві кексів є перспективним напрямом наукових впроваджень у даній галузі.

**Давидович О. Я.**

к.т.н., доцент,

**Росоха В. І.**

магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІННОВАЦІЙНІ РОСЛИННІ ДОБАВКИ ДЛЯ МАЙОНЕЗУ**

Майонези завдяки своїм особливостям рецептури та технологічного процесу дозволяють виробникам весь час удосконалювати і розширювати свій асортиментний перелік. На сучасному етапі особливого значення набувають майонези підвищеної харчової та біологічної цінності, які містять у своєму складі такі інгредієнти, як вітаміни, мінеральні речовини, поліненасичені жирні кислоти, харчові волокна тощо.

Сучасними напрямками створення нового асортименту майонезів вважають:

- підвищення біологічної цінності шляхом введення у рецептури вітамінів, білкових добавок, фосфоліпідів та інших;
- зниження вмісту жирової фази та зменшення енергетичної цінності;
- заміну у рецептурах майонезів холестеринової сировини нетрадиційними компонентами;
- запобігання біологічному та окислювальному псуванню за рахунок природних антиоксидантів і консервантів [1].

Перспективним є підвищення споживних властивостей і біологічної цінності майонезу завдяки використанню різних фруктових і овочевих добавок у вигляді порошків, пюре, паст, м'язги, пульпи. Це можуть бути добавки з моркви, столового буряка, топінамбура, яблука, апельсину тощо, які містять пектин, клітковину, вітаміни, мінеральні речовини, що поліпшують загальний стан організму, посилюють опірність до різних захворювань, активізують процес травлення, а пектин і клітковина – виводять з організму важкі метали і радіонукліди.

З метою розробки рецептур нового майонезу підвищеної біологічної цінності нами проведено комплексні дослідження показників якості майонезу з додаванням подрібненого листя розмарину та базиліку, яке настоювали на соняшниковій рафінованій олії (25 % від кількості, передбаченої рецептурою). Отриманий настій рослинної олії з розмарином мав гостро виражений хвойний запах, із освіжаючим присмаком, колір настою – із брудно-зеленим відтінком, а настій олії соняшnikової з базиліком – гостро виражений запах базиліку із злегка кислуватим присмаком, колір настою – із зеленкуватим відтінком. За контроль обрано майонез столовий висококалорійний "Провансаль" з масовою часткою жиру 67 %.

Подрібнене листя базиліку використовується під час приготування м'ясних, рибних, овочевих стравах, додається до сиру, масла, омлетів, соусів, супів, квашеної капусти, при маринуванні огірків, кабачків, для ароматизації оцту. Запах базиліку – пряний, смак злегка гіркуватий, холододий, нагадує за запахом гвоздику чи мускатний горіх. Містить 1,5 % ефірної олії, 6 % дубильних речовин, глікозиди, цукри, кислий сапонін. До складу ефірної олії входять метилхавікол, цинеол, ліналоол тощо. Ефірна олія має бактерицидні властивості. Базилик позитивно впливає на шлунково-кишковий тракт. Крім того, він містить цукри, каротин, фітонциди, вітамін С, В<sub>2</sub>, РР, рутин [2].

Розмарин є однією з найбільш відомих прянощів, що використовується у всьому світі. Він володіє сильним, солодкуватим ароматом, що нагадує хвою, і характерним злегка гострим смаком. Листя розмарину містить до 2,5 % ефірної олії, 0,5 % суми алкалоїдів (у тому числі розмарицин), гіркоту пікросальвін (1,2 %), дубильні речовини (5-8 %), флавоноїди, β-ситостерин, амірин, бетулін, холін, смолисті речовини, віск, нікотинамід, нікотинову, урсолову, розмаринову, гліколеву і кавову кислоти та мінеральні речовини (до 10 %). У складі ефірної олії є пінени (30 %), камфен (20 %), цинеол (10 %), борнеол (10-11 %), камфора (7 %), каріофілен (до 8 %), борнілацетат (2 %), лимонен, мірцен, пулегон, ментон, ізоментон, цимол, терпінеол, ментол та інші речовини. Камфора, яка входить до складу розмарину, стимулює нервову діяльність, покращує дихання та кровообіг, підсилює обмінні процеси у серцевому м'язі. До складу ефірної олії розмарину входить карносолова кислота. Нещодавно було відкрито її антиоксидантні властивості, завдяки яким розмарин служить слабким природним консервантом харчових продуктів [2].

Таким чином, використання подрібненого листя базиліку та розмарину у рецептурі майонезу забезпечує підвищення його біологічної та харчової цінності і дозволяє поліпшити органолептичні показники.

#### **Список використаних джерел**

1. *Ипатова Л. Г., Кочетова А. А., Нечаев А. П. Новые направления в создании функциональных жировых продуктов. Масложировая промышленность. 2010. № 3. С. 12–16.*
2. *Шедо А., Крейда И. Пряности. Природа Bratislava, ЧССР, 1983. 256 с.*

## НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЯКОСТІ ФРУКТІВ ТА ОВОЧІВ

В Україні фруктоовочеву продукцію вирощують у всіх областях. Обсяги її виробництва складають понад 30 млн. тонн в рік і переважно вона реалізуються на внутрішньому ринку. Основними ритейл точками овочів та фруктів є супермаркети та гіпермаркети, в яких така категорія продукції займає від 6 до 14 % представленого асортименту. Ціни на фруктоовочеву продукцію на українському ринку відрізняються істотними сезонними коливаннями. Для вигідної реалізації важливим фактором є зберігання продукції, а підтримування якості фруктів – справжня проблема для виробників і роздрібних мереж. Втрати фруктів та овочів при зберіганні складають понад 30 % і причиною їх виникнення є застосування застарілої технології звичайного холодильного зберігання. Крім того, частина продукції, що зберіглася має низькі харчові якості і товарний вигляд. Тому виникає необхідність в імпорті фруктів та овочів із-зі кордону в об'ємах понад 200 тис. тонн, але за значно вищими цінами.

На сьогодні запатентовані сучасні способи зберігання, впровадження яких дозволяє збільшити терміни зберігання фруктів та овочів за рахунок використання низьких температур, регулювання складу газового середовища в сховищі, створення герметичних умов зберігання, обробки хімічними речовинами, використання біопрепаратів [1].

Найбільш широко для тривалого зберігання фруктів та овочів використовуються холодильники з регульованою атмосферою (РА) і для створення відповідного газового середовища застосовуються технології зазначені в табл. 1 [2].

Але зберігання фруктів та овочів в атмосфері РА має також вагомий недолік – занадто малий термін реалізації продукції після зняття її зі зберігання. Варто продукції трохи затриматися на шляху в оптово-розподільчому центрі торгової мережі або на складі і продукція швидко втрачає свої споживчі властивості – зовнішній вигляд, твердість, починаються ураження багатьма фізіологічними захворюваннями.

Тому, світові компанії працюють над іншими перспективними технологіями. Так, компанія Purfresh (США) протестувала технологію Active Atmosphere для транспортування овочів із застосуванням озону на партіях болгарського перцю. Болгарський перець дуже чутливий і зазвичай не витримує морських перевезень, швидко починає гнити, стає м'яким, зморщуються, втрачаючи товарний вигляд, має високий ризик пошкодження сірою гниллю. Раніше визначено, що традиційні методи збільшення терміну зберігання фруктоовочевої продукції в регульованому газовому середовищі з підвищеним вмістом CO<sub>2</sub> призводять до розвитку ямчастості, втрати кольору і розм'якшення плодів. Для запобігання подібних втрат в компанії пропонують використовувати генератор озону Purfresh 2405 у спеціальному контейнері протягом 20 днів. Це дозволяє запобігти розвитку цвілі, на 99% знищує такі бактерії, як E. coli, сальмонела і лістерія, при цьому не залишаючи в плодах будь-яких залишків хімічних сполук, що позитивно позначається на здоров'я споживачів. Така технологія транспортування із застосуванням озону може бути корисною для поставок інших неклімактеричних фруктів і овочів, таких як ананаси, столовий виноград, цитрусові, цибуля, дині та картопля.

Дослідницька група Національного університету Сан-Луїса (США) розробила природний дезінфікуючий засіб, який активується від сонячного світла. Діючу речовину вчені екстрагували із звичайною (Hypericum Perforatum). Такий засіб нетоксичний і не залишає залишкових речовин після обробки фруктів або овочів. Після знищення шкідливих мікроорганізмів і комах фото-дезінфектор розкладається і не залишає небажаного запаху або пігментних слідів на фруктах і овочах. Також новий засіб можна використовувати в якості фунгіциду. Наноемульсії побудовані за спеціальними формулами, щоб розширити спектр впливу на можливі патогенні мікроорганізми. Крім цього, засіб продовжує термін зберігання продукції, тому фото-дезінфектор може потенційно зацікавити ритейлерів [3].

**Технологія регульованої атмосфери**

Технологія регульованої атмосфери		Переваги та методи технології
ULO (Ultra Low Oxygen)	зберігання з ультранизким вмістом кисню (O <sub>2</sub> ) в камері (менше 1-1,5%);	Вміст O <sub>2</sub> – в межах від 0,5 до 1,5%, CO <sub>2</sub> – менше 1-2% (іноді вище). Це значення залежить від сорту фруктів, району вирощування, ступеня стиглості тощо. Камери повинні завантажуватися продукцією якомога швидше. Для створення регульованої атмосфери використовуються генератор азоту, адсорбери CO <sub>2</sub> .
RCA (Rapid Controlled Atmosphere)	технологія швидкого зниження концентрації кисню (O <sub>2</sub> )	При завантаженні камери концентрація O <sub>2</sub> зменшується до 2,5-3% за 1-3 дні. Склад атмосфери підтримується на рівні 0,9% O <sub>2</sub> і 1,2% CO <sub>2</sub> .
ILOS (Initial Low Oxygen Stress)	швидкісне зниження рівня кисню (O <sub>2</sub> ) в камері за короткий проміжок часу	Зменшення вмісту O <sub>2</sub> з 21% до 5% відбувається за 8-10 годин з моменту завантаження. Склад атмосфери підтримується на рівні 0,9% O <sub>2</sub> і 1,2% CO <sub>2</sub> .
LECA (Low Ethylene Controlled Atmosphere)	технологія зниження рівня етилену в камері	Зниження рівня етилену досягається за допомогою каталітичних конвертерів і адсорберів етилену. Забезпечує захист від передчасного дозрівання фруктів і овочів (банани, цитрусові) і паталогофізіологічного впливу етилену (груші, овочі тощо).
DCA (Dynamic Controlled Atmosphere)	динамічна регульована атмосфера	Природний (не хімічний) захист плодів від побуріння м'якоті, а також максимальне збереження твердості, соковитості та інших показників якості плодів при тривалому зберіганні. За допомогою спеціальних датчиків, що працюють на методі флуоресценції, постійно контролюється фізіологічний стан плодів і на основі цієї інформації забезпечується підтримання в камері мінімально допустимої концентрації O <sub>2</sub> - 0,4-0,6%.
CO <sub>2</sub> shock treatment	технологія шокової обробки вуглекислим газом, з підвищеним (до 30%) вмістом CO <sub>2</sub>	Перед початком зберігання протягом певного часу плоди зазнають впливу атмосфери з підвищеним (до 30%) вмістом CO <sub>2</sub> . Така обробка сприяє гальмуванню дозрівання, зберігає свіжість, сповільнює процеси гниття, зменшує утворення опіків.

Отже можна зробити висновок, що існує велика кількість новітніх технологій збереження якості фруктів та овочів, але пошук нових методів, які економічно і соціально вигідні, а також забезпечують високу якість рослинної продукції є досить актуальним.

**Список використаних джерел**

1. Першакова Т. В. *Современные технологии хранения фруктов*. Научный журнал КубГАУ. №131(07). 2017 С. 1-11. URL: <http://ej.kubagro.ru/2017/07/pdf/87.pdf>.
2. *Длительное хранение фруктов и овощей в регулируемой атмосфере*. URL: <http://asprus.ru/blog/dlitelnoe-xranenie-fruktoy-i-ovoshhej-v-reguliruemoy-atmosfere/>.
3. *Технологии хранения фруктов и овощей*. URL: <https://fruitnews.ru/>.



## УПАКОВКА М'ЯСА: ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

При зберіганні переважної більшості харчових продуктів у них протікають різні хімічні і мікробіологічні процеси, основну роль при цьому відіграють такі фактори як кисень, світло і температура.

Існує безліч сучасних способів, які забезпечують створення антимікробного середовища у харчовій упаковці:

–нанесення безпосередньо на харчовий продукт їстівних покриттів або модифікованих плівок;

–зміна атмосфери усередині упаковки з використанням вбирачів кисню, вуглекислого газу, вологи, а також генераторів етанолу, діоксину хлору і вуглекислого газу;

–введення або нанесення на упаковку спеціальних антимікробних добавок або покриттів (композицій), які мають як бактерицидні, так і фунгіцидні властивості тощо.

М'ясо є сприятливим середовищем для мікрофлори, так як у ньому присутні всі поживні речовини – білки, жири, вітаміни, мікроелементи, які необхідні для розвитку переважної більшості мікроорганізмів. Крім цього, м'ясо містить велику кількість води і, навпаки, у незначній кількості – молочну кислоту і хлорид натрію, які мають бактеріостатичну здатність [1].

Одним із завдань м'ясопереробної промисловості є захист продукції від негативного впливу мікроорганізмів у процесі виробництва та зберігання з одночасним збереженням її якості та безпечності. Вирішенням цього завдання є використання інновацій у розробці сучасних пакувальних матеріалів і впровадження технологій.

Упаковка здатна протидіяти проникненню мікроорганізмів у поверхневі, а в подальшому і у глибинні шари м'яса, затримувати розвиток патогенної мікрофлори і псування, дозволяти ферментативним процесам поліпшувати ніжність м'яса, призводить до зниження втрати маси у результаті висихання і відокремлення соку, забезпечує яскраво-червоний колір м'яса за рахунок утворення оксигемоглобіну.

Сьогодні одним із найбільш актуальних напрямів, які проводяться у всьому світі, – це створення високоефективних технологій упаковки і довготривалого зберігання охолодженого м'яса, які ґрунтуються на застосуваннях вакууму і модифікованої газової атмосфери.

При вакуумуванні м'яса використовують плівки з дуже низькою водо-, паро- і киснепроникністю. При цьому виключається доступ кисню до продукту, що сприяє пригніченню росту аеробних збудників псування, та стійкість м'яса при зберіганні збільшується. У результаті досліджень було встановлено, що вакуумування найбільше підходить для охолодженої яловичини, при цьому яловичі відруби рекомендують зберігати до 90 діб, а нарізані яловичі стейки – до 60 діб.

На даний час найбільш розповсюдженою вакуумною упаковкою для м'яса є термоусадкові пакети і скін-упаковка. Термоусадкові пакети звично використовують для шматків м'яса неправильної форми і з нерівними краями. Розроблено вакуумні пакети Cryovac Grip& Tear<sup>®</sup>, які поєднують відмінні термоусадкові, міцнісні і бар'єрні властивості за відношенням до кисню з додатковою опцією легкого відкривання. Їх дизайн допомагає уникнути забруднень, які виникають при відкриванні деяких упаковок, і зберегти чистоту рук, приладків і інструментів.

Відомо наступні різновиди упаковки свіжого м'яса у захисній атмосфері, яке реалізують у роздрібній мережі:

–HiOx-MAP – упаковка в модифікованій атмосфері з високим вмістом кисню. В упаковці створюється вакуум і перед герметичним запечатуванням заповнюється сумішшю

газів, що складається із 80% O<sub>2</sub> і 20% CO<sub>2</sub>. Завдяки цьому забезпечується привабливий вишнево-червоний колір м'яса. Але негативним є те, що при цьому прискорюються процеси окислення жиру і білка. Високий вміст CO<sub>2</sub> в упаковці гальмує ріст мікроорганізмів, але при цьому може викликати небажані зміни кольору м'яса. Термін зберігання цільного шматка яловичини – від 12 до 14 днів;

–LowOx-MAP – упаковка в модифікованій атмосфері без кисню, що включає 70% N<sub>2</sub> і 30% CO<sub>2</sub>. Цей вид захисної атмосфери запобігає росту мікроорганізмів, але колір м'яса стає червоно-фіолетовим. Термін придатності яловичини у такій атмосфері – 25-35 днів;

–LowOx-MAP з CO – це упаковка в модифікованій атмосфері, що містить 69,6% N<sub>2</sub> і 30% CO<sub>2</sub> та додатково 0,4% окис вуглецю CO. Його додають з метою збереження насиченого вишнево-червоного кольору м'яса [2].

Одним із перспективних напрямів пакування м'яса – це застосування активної упаковки, яка здатна впливати на продукт та у поєднанні із традиційними методами обробки продуктів дозволяє підвищити їх термін придатності. Для такої упаковки можна використовувати матеріали, що містять консерванти, антисептики і інші харчові добавки, що пригнічують розвиток мікроорганізмів.

Багатьма вченими були проведені дослідження з використання хітозану у якості перспективного антимікробного компоненту у виробництві інноваційних упаковок. Встановлено, що захисні покриття на основі хітозану пригнічують розвиток мікрофлори м'яса і м'ясопродуктів. Найбільш ефективними виявились композиції на основі розчинів хітозану з желатином і хітозану з альгінатом натрію у співвідношенні 1:1.

Розроблено їстівну харчову плівку антиоксидантного і антибактеріального спрямування для зберігання м'ясних напівфабрикатів. Для базової рецептури плівки було використано такі харчові речовини: структуроутворювач полісахаридної природи – агар-агар, загущувач, стабілізатор і антиоксидант – арабіногалактан, пластифікатор – харчовий гліцерин, універсальний розчинник – дистильована вода, а як антимікробний компонент – рідкий екстракт квітів ромашки. На основі проведених органолептичних, фізико-хімічних і мікробіологічних досліджень упаковка м'ясних напівфабрикатів у біорозкладну плівку сприяє збільшенню їх терміну придатності [3].

В останній час виробники упаковки намагаються створювати активну упаковку, яка впливає на продукт не хімічно, а фізично. До такої відносять упаковки із електретних полімерних матеріалів. В результаті досліджень у м'ясі із електретної упаковки виявлено бактеріостатичний ефект електричного струму, тобто значне зниження активності патогенних мікроорганізмів, що сповільняє швидкість зниження якості м'ясних продуктів і підвищує термін їх придатності.

Ще однією інноваційною технологією у сфері пакувальної галузі є розробка інтелектуальної або розумної упаковки. Така упаковка вміє спостерігати і записувати зміни зовнішнього і внутрішнього середовищ. Вона включає штрих-коди і мітки радіочастотної ідентифікації, різноманітні індикатори та датчики.

Для захисту споживачів від небезпечних продуктів розроблені колориметричні індикатори мікробіологічного псування; інноваційне маркування, що контролює строк придатності м'ясопродуктів за допомогою зміни його кольору (штрих-код стає темним, що блокує пробити недоброякісний товар на касі); наносенсори в упаковках для ідентифікації хімічних речовин, бактерій, вірусів, алергенів, патогенів і токсинів у харчових продуктах тощо.

#### **Список використаних джерел**

1. Семенова А. А., Насонова В. В., Ревуцкая Н. М., Трифонов М. В. Достижения и перспективы развития полимерной упаковки мяса и полуфабрикатов. *Техника и технология пищевых производств*. 2018. Т. 48. № 3. С. 161-174.
2. Лаутенишлегер Р. Упаковка свежего мяса в модифицированной атмосфере – аргументы “за” и “против”. *Все о мясе*. 2012. № 6. С. 19–23.
3. Ногина А. А., Тихонов С. Л., Тихонова Н. В. Разработка и исследование влияния биоразлагаемых пленок на показатели свежести мясных полуфабрикатов. *Техника и технология пищевых производств*. 2018. Т. 49. № 4. С. 73–78.

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ СТВОРЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ МАЙОНЕЗІВ**

Харчування є одним із найважливіших факторів життєдіяльності людини, які впливають на стан її здоров'я, працездатність, фізичний та розумовий розвиток, а також на тривалість життя. Сучасна концепція здорового харчування базується на науково обґрунтованому підході до удосконалення складу, властивостей і технологій харчових продуктів, які повинні не тільки задовольняти потреби організму в основних харчових речовинах та енергії, а й сприяти профілактиці захворювань, зберігаючи здоров'я і забезпечуючи довголіття. Серед асортименту харчових продуктів олійно-жирової галузі значне місце посідають майонези, в яких рослинна олія знаходиться у диспергованому стані, що підвищує її харчову цінність та засвоюваність [1, с. 152].

Майонез – сметаноподібна складна дрібнодисперсна емульсія типу “масло у воді”, що виготовляється з рафінованих дезодорованих олій, з додаванням білкових, смакових компонентів і прянощів, ароматизаторів, структуроутворювачів, стабілізаторів, емульгаторів. Диспергованість жиру в майонезі зумовлює його високе засвоєння, а значний вміст жиру – енергетичну цінність.

Майонез входить до раціону харчування близько 90 % українських сімей, тому його споживання з кожним роком збільшується і, за оцінками експертів, становить на одну людину майже 5 кг на рік.

Розвиток сучасної харчової індустрії вже неможливо уявити без застосування безлічі заходів із підвищення якості харчових продуктів, зокрема їх збагачення есенціальними речовинами. Так, людство намагається пристосуватися до нових умов сьогодення, що характеризується зниженням загальної якості нативної їжі у зв'язку з екологічними змінами. Саме тому, дослідження вчених направлено на створення функціональних жирових продуктів нового покоління, зокрема майонезів.

Сучасні напрями наукових досліджень реалізують на основі пошуку ефективних композицій емульгаторів і стабілізаторів, які дають змогу виготовляти високоякісну продукцію заданої консистенції із загальним зниженням жирової фази.

Зарубіжними науковцями запропоновано застосування різних видів яєчних продуктів в технології виробництва майонезної продукції. Досліджено хімічний склад наступних продуктів: яєчний порошок, сухий яєчний жовток, ензимно гідролізований сухий яєчний жовток, солений пастеризований рідкий жовток, меланж, заморожений жовток. Розроблено рецептуру отримання майонезу з масовою часткою жиру 67 % з використанням сухого яєчного жовтка, обробленого фосфоліпазою. Такий обробіток жовтка дає можливість забезпечити необхідну в'язкість продукту, стійкість емульсії, а також однорідну кремподібну структуру. При цьому необхідною була менша кількість яєчних продуктів без втрати органолептичних властивостей традиційного майонезу. Так, використання сухого ферментованого жовтка дозволяє оптимізувати виробничий процес, знизити собівартість продукції, а також отримати майонези з тривалим терміном зберігання і традиційними органолептичними властивостями, які високо оцінюють споживачі [2, с. 97; 3, с. 54].

З метою надання функціональних та антиоксидантних властивостей вченими розроблено новий майонез Провансаль “Вітамінний”, до складу якого вводили порошок кореня куркуми. За результатами проведених досліджень визначено оптимальну кількість добавки – 1,5 %, що забезпечує необхідні споживні властивості готового продукту. Виявлено позитивний вплив використання куркуми в рецептурі майонезу, як збагачувача продукту вітамінами, макро- та мікроелементами і надання йому антиоксидантних властивостей.

Також були досліджені в якості антиоксидантів натуральні добавки до майонезів: екстракт меліси, шипшини та стевії.

Зацікавленість у розширенні досліджень технології майонезів зумовлена пред'явленням високих вимог до якості компонентів жирової фази. Особливо важливим є використання натуральних компонентів – рослинних олій з вираженими харчовими та біологічними властивостями та добавок, що мають корисні для здоров'я людини функціональні властивості. З огляду на унікальний склад олії конопляної, було запропоновано застосування її як основного компоненту майонезу. Вченими встановлено, що найкращі показники якості відповідали рецептурі майонезу “Конопляний”, жирова основа якого складається з 50 % конопляної олії і 50 % соняшникової рафінованої олії, вміст жиру в даному зразку становив 71,97 %, кислотність – 0,3 %. За рахунок наявності в конопляній олії і, відповідно, у конопляному майонезі, порівняно високого вмісту токоферолу, новий продукт має прийнятний термін зберігання без використання антиоксидантів та консервантів. Хлорофіл конопляної олії надає новому майонезу приємного яскравого салатого кольору [1, с. 156].

Провідними вченими досліджено використання соняшникової олії, збагаченої каротином моркви та олії купаженої червоної “Каротино” в якості основного компоненту майонезу. Дана олія сприяє захисту організму в умовах дії іонізуючого опромінення та інших негативних чинників; зняттю стресу та при нервових перенапруженнях; нормалізації обміну речовин в організмі й зменшенню ризику виникнення онкологічних захворювань. Отримані зразки мали високі показники якості протягом усього терміну зберігання.

Запропоновано використання фосфоліпідів, які мають біологічно активні властивості, в технології функціонального майонезу. Автори стверджують, що даний продукт підвищить імунітет організму людини до негативних факторів навколишнього середовища.

Розроблено рецептуру майонезу, збагаченого йодом, селеном та сиропом стевії з метою поповнення організму людини цими нутрієнтами.

Введення до рецептури харчових добавок не тільки поліпшує харчову та біологічну цінність, але й стабілізує емульсію, допомагає уникати традиційних структуроутворювачів, які інколи мають небажану побічну дію.

Таким чином, сучасними тенденціями щодо створення функціональних майонезів є:

- зниження вмісту жирової фази та зменшення енергетичної цінності продукту;
- заміна в рецептурах майонезу холестеринвмісної сировини нетрадиційними компонентами;
- підвищення біологічної цінності введенням вітамінів, білкових речовин, фосфоліпідів та інших біологічно цінних речовин;
- запобігання біологічному та окислювальному псуванню за рахунок природних антиоксидантів і консервантів, а також проведення пастеризації та вакуумування.

#### **Список використаних джерел**

1. Сова Н. А., Луценко М. В., Лобанова А. О., Грекова Н. В. Використання конопляної олії в технології майонезу. Вісник Національного технічного університету “ХПІ”. Серія: Нові рішення в сучасних технологіях. 2019. № 5 (1330). С. 152–159.
2. Старовойтова К. В., Терещук Л. В. Разработка рецептур майонеза с учетом основных тенденций совершенствования ассортимента. Техника и технология пищевых производств. 2018. Т. 48. № 1. С. 91–98.
3. Агафоновичев В. П. Функциональные свойства яичных продуктов. Птица и птицепродукты. 2016. № 6. С. 52–54.

**Петришин Н. З.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет,

**Назар М. І.**

к.т.н., викладач

Львівський державний коледж харчової переробної промисловості НУХТ

## **ТЕХНОЛОГІЇ БЕЗГЛЮТЕНОВИХ БОРОШНЯНИХ СТРАВ І КУЛІНАРНИХ ВИРОБІВ**

В останні десятиліття фахівці та науковці харчової галузі значну увагу приділяють розробленню продуктів профілактичного, оздоровчого та дієтичного спрямування. Особливої дієти потребують хворі на цукровий діабет, фенілкетонурію, целиакію.

Целиакія – хронічне, захворювання, яке характеризується стійким несприйняттям продуктів, що містять глютен. Останніми роками спостерігається не лише суттєве збільшення кількості випадків целиакиї, а й тяжчий її перебіг. Всесвітня асоціація гастроентерологів зараховує целиакію до найпоширеніших хвороб тонкої кишки [1]. За даними ВООЗ, на целиакію страждає близько 1 % населення земної кулі.

Розробленню технології безглютених борошняних виробів присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених Дорохович А. М., Дробот В. І., Юргачової К. Г., Шаніної О. М., Marti A., Pagani V.

Глютен – білкова частина злакових культур (пшениці, жита, ячменю, вівса), що залишається в борошні злаків після виділення з нього крохмалю і входить до складу клейковини – основного структуроутворювального компонента борошна цих злаків при виробництві борошняних страв і кулінарних виробів.

При виробництві безглютенових борошняних страв часто використовують борошно зернових культур рису, гречки, кукурудзи. Кукурудзяне борошно має переваги для приготування безглютенових страв і кулінарних виробів: не містить глютену, хімічний склад багатий на вміст харчових волокон, вітамінів В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, РР, β-каротину; та мінеральних речовин, а саме кальцію, магнію, заліза, фосфору [2].

Метою роботи є розроблення технології безглютенових страв і кулінарних виробів з використанням кукурудзяного борошна. На основі теоретичних та експериментальних досліджень необхідно обґрунтувати технологічні властивості кукурудзяного борошна тонкого помелу, як безглютенової сировини, встановити ефективні структуроутворювачі для забезпечення структурно-механічних властивостей безглютенового тіста та їх вплив на якість страв і виробів.

Широкий асортимент борошняних страв (вареники, млинчики, налисники, галушки, локшина) є улюбленими стравами української кухні.

Встановлено, що найкраща якість домашньої безглютенової локшини з кукурудзяного борошна тонкого помелу досягається з додаванням відновленого сухого яєчного білка. Домашня безглютенова локшина з кукурудзяного борошна і відновленим сухим яєчним білком має гладку поверхню, світло-жовтого кольору та спостерігається зменшення переходу сухих речовин у варильну воду.

Розроблена рецептура безглютенового тіста для вареників з кукурудзяного борошна. Досліджено, що висока якість вареників з безглютенового тіста досягається за використання сухого яєчного білка та заварюванні частини борошна тонкого помелу. При цьому покращується структура тіста, його пластичність, збереження форми виробів після варіння.

Аналіз даних науково-технічної інформації та проведений комплекс експериментальних досліджень дозволили обґрунтувати та підтвердити позитивний вплив використання кукурудзяного борошна тонкого помелу при приготуванні безглютенових борошняних страв і кулінарних виробів.

### **Список використаних джерел**

1. Рожко О. В., Юрчак В. Г. Створення безглютенових макаронних виробів сприятиме забезпеченню населення України дієтичною продукцією. *Хлібний и кондитерський бізнес*. 2016. 10. С. 27-28.
2. Дробот В. І., Грищенко А. М. Вимоги до хлібобулочних виробів для хворих на целиакію. *Хлібопекарська і кондитерська промисловість України*. 2009. № 6 (55). С. 33–34.

**Петришин Н. З.**

к.т.н., доцент,

**Кіт Я. Р.**

магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІНОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ СОУСІВ ПІДВИЩЕНОЇ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ**

В останні десятиліття одним із стратегічних напрямків профілактики та лікування найбільш поширених захворювань людини є пошук і застосування натуральних та безпечних регуляторів метаболізму, які можна застосовувати необмежено тривалий час. При цьому, одночасно корегуючи різноманітні системи організму – гемодинамічну, дихання, гормональну, нервову та ін. До речовин, що мають політропну дію на процеси в організмі, належать поліненасичені жирні кислоти (ПНЖК) класу Омега-3. Змінюючи вміст жирів певних класів у харчуванні, можна активно впливати не тільки на обмін речовин, але й на процеси запалення, згортання крові, скорочення м'язів тощо [1].

Серед продукції ресторанного господарства окремих сегмент складають соуси, проте більшість з цих продуктів мають не збалансований хімічний склад. Зокрема підвищений вміст жирних кислот.

Перспективним напрямом вирішення завдання щодо підвищення харчової цінності, зниження дефіциту есенційних речовин (незамінних) є розроблення технології соусів на рослинній основі що передбачає поєднання традиційної сировини і дієтичних добавок. Це дозволить отримати якісну і безпечну продукцію збагачену фізіологічно важливими для організму людини нутрієнтами.

Науковий і практичний інтерес викликають дієтичні добавки використання яких дозволить розширити асортимент та підвищити якість продукції функціонального призначення. Однією з таких добавок є лляна олія, яка багата вітамінами, мінералами, протеїнами, поліненасиченими жирними кислотами та іншими сполуками.

Лляна олія завжди була одним з найбільш цінних і важливих продуктів харчування. Лляна олія дуже корисна для живлення головного мозку, покращує обмін речовин і функції серцево-судинної, травної і нервової системи. Таким чином, олія лляна має надзвичайно позитивний вплив на важливі функції організму.

Соус – необхідний компонент найрізноманітніших холодних та гарячих страв і виробів. Залежно від консистенції соуси використовують у процесі приготування страв або подають до готових страв.

З метою удосконалення рецептур соусів та збагачення їх поліненасиченими жирними кислотами запропонована рецептура соусу на рослинній основі з додаванням лляної олії та дослідження його якості.

Згідно з розрахунками [3], у наш час змішаний раціон стандартного жителя України містить 23,9 г насичених жирних кислот, 28,8 г – мононенасичених, 34,5 г – поліненасичених. Співвідношення Омега-6 / Омега-3 ПНЖК становить 33,1:1,4 або 23,6:1 замість 5:1, тобто має місце значне перевищення допустимого рівня Омега-6 ПНЖК більш як у 4 рази. Отже, дефіцит Омега-3 ПНЖК у населення України становить приблизно 80%, при цьому в нашому раціоні існує надлишок Омега-6 кислот.

Відомо, що Омега-3 і Омега-6 ПНЖК належать до біологічних конкурентів. Так, речовини, які утворюються в організмі з Омега-3, сприяють розширенню кровеносних судин, знижують артеріальний тиск, перешкоджають утворенню тромбів, мають протизапальний ефект. А сполуки, що синтезуються з Омега-6, навпаки, посилюють агрегацію тромбів, зумовлюють запальні реакції. При достатньому надходженні в організм людини Омега-3 ПНЖК витісняють Омега-6 на клітинних мембранах, тобто перешкоджають негативній дії.

На основі органолептичних показників якості соусу "Вітамінний" визначено раціональну кількість лляної олії в його і яка становить 100% її вмісту. Було визначено його

харчову цінність, вітамінний та мінеральний склад.

На основі даних можна зробити висновок, що в даному зразку соусу значно збільшився вміст ліноленової кислоти (Омега-3), та мікроелементів, а саме магній, натрій, фосфор та йод.

Таким чином, можна констатувати, що використання лляної олії при приготуванні соусу надає йому підвищеної харчової цінності.

#### **Список використаних джерел**

1. Макаруч Т. Л., Подрушняк А. Е., Коваль А. В. Проблемы качества и безопасности новых масложировых продуктов. *Проблеми харчування*. 2004. № 1. С. 44–46.
2. Смоляр В. І. Аліментарні фактори ліпідного обміну. *Проблеми харчування*. 2003. № 1. С. 8–14.
3. Левицкий А. П. Идеальная формула жирового питания. Одесса, 2002. 62 с.

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

**Семак Б. Б.**  
д.е.н., професор,  
**Галик І. С.**  
к.т.н., професор,  
**Семак Б. Д.**  
д.т.н., професор  
Львівський торговельно-економічний університет

### КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ НАНОПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ

Дослідження у сфері нанонауки та нанотехнологій в Україні пов’язані із основними напрямками розвитку ринку нанопродукції. У зв’язку з цим, на наш погляд, становлення та проблеми розвитку пов’язаних з нанотехнологіями галузей вітчизняної економіки доцільно розглядати взаємопов’язано та комплексно.

У даній роботі ми обмежимося тільки дослідженнями концептуальних засад формування і перспектив розвитку вітчизняного ринку нанопродукції, використовуючи наявний вітчизняний і зарубіжний досвід [1-9].

Враховуючи аналіз ряду літературних джерел [5, 7, 9], важливо виконати наступні завдання:

- обґрунтувати методикку тестування нанопродукції як нового товару на ринку України;
- обґрунтувати види інформаційного забезпечення для функціонування вітчизняного ринку нанопродукції;
- дослідити передумови та перспективи розвитку ринку нанопродукції в Україні;
- охарактеризувати особливості кон’юнктури вітчизняного ринку нанопродукції;
- оцінити наявне кадрове забезпечення для успішного функціонування ринку нанопродукції в Україні.

У тезах даної роботи ми обмежимося обґрунтуванням основних напрямів виконання поставлених дослідницьких завдань.

**1. Розробка та обґрунтування методикку тестування конкретного виду нанопродукції як інноваційного товару на вітчизняному ринку.** Дана методика повинна бути розроблена з врахуванням та на основі:

- оцінки рівня інноваційності та унікальності споживних властивостей нанопродукції;
- обґрунтування потреби у конкретних видах нанопродукції, як на даний момент, так і на найближчу перспективу (5-10 років);
- дослідження наявності необхідних сировинних та технологічних ресурсів для виробництва конкретних видів нанопродукції;
- оцінка економічної ефективності виробництва та реалізації нанопродукції;
- вивчення зарубіжного досвіду особливостей виробництва та споживання окремих видів нанопродукції.

**2. Обґрунтування видів інформаційного забезпечення функціонування ринку нанопродукції в Україні.** Як відомо, серед різноманітних видів інформаційного забезпечення ринку вітчизняної нанопродукції важливе значення має наукове обґрунтування системи класифікації групового, видового та внутрішньовидового асортименту наявної на ринку нанопродукції, а також перспективних для виробництва її видів. Особливо це стосується розробки класифікації видового асортименту нанопродукції, яка дозволить:



- вдосконалити облік, маркування та вивчення особливостей попиту на конкретні види нанопродукції;
- оцінити фактичний обсяг ринку нанопродукції та його потенціал на найближчі роки;
- оптимізувати структуру видового асортименту нанопродукції з точки зору реальних потреб ринку;
- обґрунтувати необхідні обсяги вітчизняного виробництва нанопродукції, а також імпорту тих її видів, виробництво яких з різних причин неможливо налагодити в Україні.

Після створення та обґрунтування ринкової системи класифікації видів асортименту вітчизняної нанопродукції виникає необхідність оптимізації системи статистичної державної та галузевої звітності про обсяги виробництва та продаж нанопродукції на вітчизняному ринку. Окрім цього, наявність такої звітності дозволить більш точно визначити ринкові частки нанопродукції вітчизняного та іноземного виробництва.

Не менш важливе значення для інформаційного забезпечення ринку вітчизняної нанопродукції має і структуризація основних термінів та понять. Більше того, на нашу думку, створення серії нових вітчизняних стандартів для нанопродукції сприятиме впорядкуванню діяльності операторів цього ринку в Україні. Особливої уваги та більш детального розгляду вимагає вивчення та обґрунтування залежності цін конкретних видів нанопродукції від рівня їх якості та екологічної безпечності.

**3. Дослідження передумов та перспектив розвитку вітчизняного ринку нанопродукції.** Для визначення передумов та перспектив розвитку вітчизняного ринку нанопродукції має бути досліджено ряд критеріїв, а саме: рівень та стан попиту на різні види нанопродукції, безпечність сировини для виробництва нанопродукції та інноваційність її видів, питома вага вітчизняної сировини для виробництва нанопродукції, рівень задоволення потреб споживачів, якість і естетична безпечність готової продукції, місткість ринку та інші [5]. Місткість ринку нанопродукції найчастіше визначається величиною попиту споживачів за певний період часу, наприклад квартал або рік.

**4. Особливості кон'юнктури вітчизняного ринку нанопродукції.** Кон'юнктура вітчизняного ринку нанопродукції, як і інших видів товарних ринків, визначається його станом [5, 7], який розвивається під впливом різноманітних зовнішніх і внутрішніх чинників таких як сировинні ресурси, фінансові ресурси, кадрове забезпечення підприємств та їх технологічні можливості, конкурентні переваги над традиційними видами продукції, рівень якості та безпечності нанопродукції, тощо. Однією з основних особливостей цього ринку в Україні є його відносна новизна та висока залежність від наявності передових технологій та кваліфікованих фахівців.

**5. Кадрове забезпечення ринку нанопродукції в Україні.** Враховуючи новизну і різноманітність видового асортименту вітчизняної нанопродукції та початковий рівень розвитку ринку нанопродукції, особливої актуальності та значення набуває проблема кваліфікованого та обґрунтованого кадрового забезпечення даного ринку [5, 6, 7, 8, 9]. Для розв'язання цієї проблеми необхідно забезпечити навчання та підготовку кваліфікованих фахівців, наділених компетенціями для забезпечення реалізації нанопродукції вітчизняного та зарубіжного виробництва. Окремі кваліфікаційні вимоги необхідно розробити для фахівців, котрі будуть задіяні у виробництві нанопродукції.

Цілком зрозуміло, що інформація про асортимент вітчизняної нанопродукції, особливості нанотехнологій і ринку загалом, обов'язково повинна бути відображена у силабусах навчальних дисциплін, котрі викладатимуться закладами вищої освіти на відповідних освітньо-професійних програмах. Крім цього, існує гостра потреба у новітньому навчально-методичному забезпеченні (підручниках, посібниках, тестових завданнях, тощо) для підготовки фахівців з вищою освітою, котрі сформулюють основу кадрового забезпечення для розвитку ринку нанопродукції в Україні.

Разом з тим, не зважаючи на те, яку підготовку буде мати продавець нанопродукції – товарознавчо-комерційну чи маркетингову, він обов'язково повинен володіти не тільки

основами нанонауки і нанотехнологій, але й основами економіки, товарознавства різноманітних груп товарів та маркетингу.

Розвиток ринку нанопродукції є наслідком наукових досягнень, глибоких технологічних перетворень виробничої сфери та посилення вимог споживачів до якісних характеристик та властивостей цілого ряду товарних груп. В Україні сформувався ряд сприятливих передумов для розвитку спеціалізованих ринків нанопродукції у ряді галузей економіки, особливо у галузях виробництва текстильних виробів та виробів медичного призначення. Підготовка достатньої кількості фахівців, добре обізнаних з властивостями різних видів нанопродукції та особливостями її реалізації, є однією з найважливіших передумов розвитку цього ринку у найближчій перспективі.

#### **Список використаних джерел**

1. Патон Б., Москаленко В., Чекман І., Мовчан Б. Нанонаука і нанотехнології: технічний, медичний та соціальний аспекти. Вісник НАН України. 2009. № 6. С. 18–25.
2. Науковець А. Г. Стан та перспективи розвитку досліджень у галузі наносистем і наноматеріалів в Україні (стенограма наукової доповіді на засіданні Президії НАН України 14 січня 2015 р.). Вісник НАН України. 2015. № 3. С. 24–31.
3. Саліхова О. Б. Державна політика у сфері нанонауки та нанотехнологій в Україні з врахуванням орієнтирів ЄС. Економіка і прогнозування. 2014. № 3. С. 121–136.
4. Фесенко О. М., Ковальчук С. В., Ницик Р. А. Проблеми та перспективи розвитку нанотехнологій в Україні та світі. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 1. С. 170–179.
5. Семак Б. Б. Теоретико-методологічні основи формування вітчизняного сировинного ринку екологічно безпечних товарів текстильної промисловості: монографія. Херсон: Грін Д. С., 2011. 232 с.
6. Семак Б. Б. Проблеми формування ринку медичного нанотекстилю в Україні. Економіка та держава. 2015. № 3. С. 15–18.
7. Галик І. С., Семак Б. Д. Проблеми формування та оцінювання екологічної безпечності текстилю: монографія. Львів: видавництво Львівської комерційної академії, 2014. 488 с.
8. Галик І. С., Семак Б. Д. Товарознавчі аспекти формування й оцінювання асортименту, якості та безпечності нанотекстилю. Вісник ЛТЕУ. Технічні науки. 2016. Вип. 17. С. 5–10.
9. Пахолюк О. В., Пушкар Г. О., Галик І. С., Семак Б. Д. Товарознавчі та маркетингові аспекти формування вітчизняного ринку нанотекстилю і одягу. Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки. 2019. № 6. С. 53–57.

**Доманцевич Н. І.**

д.т.н., професор,

Львівський торговельно-економічний університет,

**Яцишин Б. П.**

д.т.н., професор

Національний університет “Львівська політехніка”

### **СТАРІННЯ ПАКУВАЛЬНИХ ПОЛІЕТИЛЕНОВИХ ПЛІВОК З МОДИФІКУЮЧИМИ ДОДАТКАМИ**

Полімерні плівки є сучасним пакувальним матеріалом, який широко використовується у різних галузях промисловості з метою збереження споживних властивостей продукції. Важливим для продукції є відрізок часу від її виготовлення до потенційного використання, який має різну тривалість. У цей період виникає потреба у супроводі та захисті продукції. Цю функцію виконують пакувальні полімерні матеріали, що забезпечують необхідний розподіл експлуатаційного навантаження, мають різну тривалість та ступінь захисту, інтенсивність виділення захисних компонентів. Під час усього періоду життєвого циклу продукції відбувається процес старіння захисних полімерних плівок, оскільки вони піддаються впливу зовнішніх агресивних чинників, насамперед температури, вологості, кисню, комплексної дії атмосферних факторів [1].

Введення до складу полімерної композиції модифікуючих компонентів дозволяє поліпшити захисні властивості полімерних пакувальних матеріалів. Модифікація

поліетиленових плівок леткими інгібіторами атмосферної корозії на основі амінів (НДА, ЦГАБ, ДЦГАБ) приводить до змін у структурі й властивостях матеріалу основи, а саме – збільшення кристалізації зразків, появи дрібнозернистих утворень і внаслідок цього підвищення температури плавлення (на 10 К). Використання пластифікаторів (ДОФ, ДБФ) в межах 0,1 – 2 ваг. % приводить до незначного зниження температури плавлення (на 2 –3 К), що може бути пов'язано із підвищенням гнучкості полімерних ланцюгів [2].

Процес старіння пакувальних полімерних плівок у складських умовах протягом трьох років приводить до зростання величини показників паро- та киснепроникності, що свідчить про активізацію деструктивних процесів у матеріалах. Величина коефіцієнта паропроникності плівки з додатком 1 ваг. % ЦГАБ зростає до 0,35 мг/м<sup>2</sup>·с на 3 році експлуатації. У пластифікованих інгібованих поліетиленових матеріалах початкові етапи кристалізації під час природного старіння відбуваються з невеликою затримкою (до 0,5 року) з характерними структуроутворенням – великою кількістю дрібних сферолітів  $l \approx 2 \cdot 10^{-7}$  м. Тому паропроникність таких матеріалів на 3 році експлуатації менша.

Релаксаційні структурні перетворення під час природного старіння протягом 3 – 4 років у пластифікованих поліетиленових плівках відбуваються без видимих дефектів, пор, тріщин. Інгібовані плівки в період до 4 років старіння кристалізуються з утворенням монокристалічних ромбовидних форм з розмірами  $l \approx 3 \div 8 \cdot 10^{-6}$  м. Довготривале старіння інгібованих плівок понад 7 років характеризується активізацією деструкційних процесів, що охоплюють до до 30 % об'єму полімерної матриці. Старіння інгібованих плівок тривалістю більше 7 років відзначається формуванням особливих кристалічних утворень у вигляді тонких голчатих кристалів з розмірами понад  $l \leq 10^{-7}$  м.

Таким чином, дослідження перебігу процесу старіння дозволяє оцінити та у подальшому прогнозувати потенційну довговічність полімерних пакувальних матеріалів у певних умовах використання.

#### **Список використаних джерел**

1. Feller, Robert L. *Accelerated aging : photochemical and thermal aspects*. 1994. Edwards Bros., Ann Arbor, Michigan. 292 p.
2. Доманцевич Н. І., Яцишин Б. П., Кріль М. М. Полімерні пакувальні плівки спеціального призначення. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки*. 2018. Вип. 20. С. 5–11.

**Пелик Л. В.**

д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет,

**Пелех Ю. А.**

к.т.н., доцент

## **ІННОВАЦІЙНІ ВИДИ ДРУКУ НАБИВНИХ ТЕКСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ**

Інноваційні технології у текстильній галузі дозволяють отримувати зображення за допомогою різних способів нанесення зображення на текстильний матеріал, одяг та аксесуари. Сучасні пристосування для друку роблять ці можливості необмеженими і забезпечують розвиток бізнесу, розмаїтість асортименту і створення дійсно унікальних речей, що повинно зацікавити споживачів.

Термотрансферний друк – цей спосіб полягає в задруковуванні проміжного носія (спеціальна плівка), з якого в подальшому гарячим пресом під дією підвищеної температури й тиску відбувається закріплення зображення на поверхні виробу. На першому етапі необхідно створити макет із зображенням, яке повинно бути перенесене на текстильний матеріал. Потім відбувається друкування в непрямому (дзеркальному) або прямому режимі (залежно від типу паперу; можливо також зробити виворотний макет) на робочій стороні проміжного носія – термотрансферного паперу, що складається з полімеру та паперової

основи. У випадку непрямого друку папір відразу накладається на виріб задрукованою стороною і під впливом нагрівання й тиску в термопресі фарба з прозорим полімерним шаром переходить на поверхню виробу. Таким чином, зображення переходить з виворітного в пряме, а полімерний шар накриває фарбувальну речовину і захищає її від фізико-хімічного впливу. Після цього паперова основа знімається або відразу, або після її охолодження. У випадку прямого нанесення зображення на термотрансферний папір після задруковування паперу при необхідності відбувається його прорізування на плоттері. Потім з нього відразу знімається паперова основа і вже полімер (непрозорий, звичайно білого кольору) з фарбувальною речовиною незадрукованою стороною розміщується на поверхні виробу в термотрансферному пресі. Під дією температури й тиску полімерний шар з фарбою вплавається в поверхню текстильного матеріалу. До недоліків термотрансферного друку можна віднести саму плівку, яка з часом може тріскатися, відклеюватися по кутах від тканини, втрачати насиченість кольорів і бліднути.

Трафаретний друк (шовкографія) – це друк через форму, яка виконана на спеціальній сітці. Процес одержання зображення на відбитку способом трафаретного друку являє собою послідовне відливання під тиском фарбових елементів зображення на поверхні задруковуваного матеріалу по ходу ракеля, що складається з чотирьох стадій: утворення відливної форми; заповнення її фарбою; отримання форми (ниток сітки) з відлитих на задруковуваному матеріалі фарбових елементів зображення; закріплення фарбового зображення до повного його затвердіння [1]. Трафаретний друк відомий багатьма своїми можливостями, а саме: галузі застосування трафаретного способу друку дуже широкі; ефективність трафаретного друку визначається не взагалі, а стосовно кожного окремого випадку; переваги трафаретного друку не в продуктивності, а в можливості друкувати великі формати, майже на всіх матеріалах з різною конфігурацією і структурою поверхні, в широких межах регулювати товщину фарбового шару; ефективність трафаретного друку виявляється там, де використовують його переваги: при спеціалізації і застосуванні сучасних машин і матеріалів продуктивність плоского трафаретного друку – 7000 відбитків/годину.

Сублімаційний друк – цифрова альтернатива шовкографії. Технологія сублімаційного друку використовує хімічний процес, при якому відбувається перехід фарбувальної речовини з твердого стану в газоподібний, без переходу в рідку фазу (що власне і називається процесом сублімації), з подальшою дифузією фарби під дією температури і тиску проникають глибоко в структуру поверхні текстильного матеріалу [2]. У результаті отримують високоякісне стійке зображення. За допомогою принтера сублімаційними фарбами друкується зображення на відповідному сублімаційному папері, що покритий тонким шаром спеціального лаку. Сублімаційний папір при друкуванні зображення мало вбирає фарбувальні речовини, дозволяючи зображенню практично повністю перейти в полімерний шар поверхні текстильного матеріалу. При цьому час висихання паперу абсолютно не великий. В подальшому під впливом нагрівання й тиску зображення в термопресі переноситься на синтетичний або напівсинтетичний (саме синтетичні волокна сублімують і утримують в собі барвник) матеріал. Можна переносити зображення й на інші поверхні: натуральну тканину, кераміку, метал, скло, дерево, пластик та інші матеріали, але вони повинні бути оброблені поліестеровим покриттям. Під дією підвищеної температури сублімаційна фарба, перейшовши в газоподібний стан, проникає в поліестеровий шар. Таким чином, отримане зображення знаходиться в самій структурі поліестеру і є дуже стійким до механічного та хімічного впливу.

В сублімаційному термотрансферному друці в основному застосовуються преси великих форматів, як планшетні, так і каландрові. Для виготовлення текстильних матеріалів великих розмірів використовують переважно каландрові преси, які забезпечують необхідну зручність та швидкість процесу. Технологія сублімаційного термотрансферного друку дозволяє отримати яскраві зображення з якістю, близькою до фотографічної. До того ж продукт буде стійким до дії впливу агресивних середовищ, УФ і т.д., оскільки фарбувальні речовини знаходяться в структурі поверхні виробу. Недоліком цієї технології є можливість

друкувати тільки на світлих поверхнях. Якщо волокно іншого кольору, то його молекули вже зафарбовані і при повторному фарбуванні (процесі сублімації) кольори змішуються, і можна отримати зовсім не той результат на який очікували.

#### **Список використаних джерел**

1. Слізков А. М., Щербань В. Ю., Кизимчук О. П. *Механічна технологія текстильних матеріалів. Частина II. (Ткацьке, трикотажне та неткане виробництва): підручник*. К.: КНУТД, 2018. 276 с.
2. Пелик Л. В., Остапчук О. В., Пелех Ю. А. *Дослідження ступеня тривкості набивних текстильних матеріалів з ефектом сублімації. Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 6. С. 49–52.

**Демидчук Л. Б.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРОБЛЕМИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ І КЛАСИФІКАЦІЇ КЕРАМІЧНОГО ПОСУДУ В УКТЗЕД**

Недостовірне декларування керамічного посуду є однією з проблем під час його митного оформлення. Останнім часом спостерігається збільшення кількості випадків заяви недостовірного коду, що може бути пов'язано зі збільшенням асортименту керамічного посуду і зі складнощами ідентифікації різних видів кераміки, з яких вона виготовлена. Більш того, здійснення митного контролю ускладнено через відсутність в УКТЗЕД чітких критеріїв, які дозволяють класифікувати товари даної групи, виходячи з характеристик, встановлених в ході досліджень. При цьому слід зазначити, що на посуд з різних видів кераміки в УКТЗЕД встановлено різні ставки митних зборів.

Метою роботи є вивчення ознак ідентифікації керамічного посуду, а саме:

- виявлення основних ознак ідентифікації керамічного посуду в митних цілях;
- виявлення проблем, пов'язаних з ідентифікацією керамічного посуду.

За даними митної статистики в останні роки в Україні спостерігається поступове зниження експорту посуду з порцеляни (товарна позиція 6911 УКТЗЕД). У свою чергу, експорт посуду та інших виробів з кераміки, крім фарфору (товарна позиція 6912 УКТЗЕД) зростає [1].

Що стосується імпорту керамічного посуду, то слід зазначити, що в основному імпортується посуд з кераміки крім порцеляни (товарна позиція 6912 УКТЗЕД). Серед країн, що імпортують в Україну керамічні вироби товарної позиції 6911 (посуд з порцеляни) можна виділити наступні: Чеська Республіка, Франція і Китай. Причому, найбільше фарфорового посуду надходить з Китаю. Крім цього, Китай є також лідером з постачання посуду з кераміки крім фарфору. Друге місце займає Великобританія, за нею Португалія і Італія.

Тому доцільно розібратися в термінологічних визначеннях, які використовуються в нормативних та інших правових документах. Так в УКТЗЕД наведиться тільки визначення терміну “кераміка”, під яким розуміється виріб, підданим випалюванню після формування. Відповідно до ДСТУ 2196-93 Вироби керамічні. Терміни та визначення, керамічний посуд – це все неорганічні, неметалеві вироби, отримані шляхом спікання при високих температурах порошкоподібних силікатних сировинних матеріалів, призначені для приготування, сервірування та споживання харчових продуктів [2]. Крім цього виділяється посуд в залежності від виду кераміки, а саме фарфоровий, фаянсовий, майоліковий, напівфарфоровий посуд, посуд з кісткової порцеляни і т. д. Серед ознак ідентифікації в ДСТУ 2196-93 виділяються колір, прозорість, пористість черепка та скловидність.

Особливу увагу слід приділити виробам, виготовленим формуванням і випаленням з подрібненого в порошок стеатиту, зазвичай змішаного з глиною (наприклад, каоліновою), польовим шпатом і т. д., які також включаються до цієї групи в підгрупу “інші керамічні вироби”. У митних цілях існує необхідність вивчення даного виду кераміки, так як за своїм зовнішнім виглядом вона нагадує фарфор, відповідно, при митному оформленні, виникають

труднощі їх ідентифікації.

Треба зробити висновок, що в митних цілях проводити ідентифікацію кераміки тільки органолептичними методами досить складно, оскільки існує ризик невірної ідентифікації [3]. За своїми зовнішніми характеристиками дуже складно відрізнити фарфор від фаянсу, напівфарфору і стеатитовий кераміки. З огляду на це останнім часом досить поширені випадки недостовірного декларування керамічного посуду (табл. 1).

Таблиця 1

**Відмінні ознаки тонкої, грубої і кам'яної кераміки**

Вид	Колір	Структура черепка	Водо поглинання
Тонка	Від жовтого до коричневого або червоно-бурого	Дрібнозернисті фрагменти однорідні; діаметр неоднорідних елементів (гранул, включень, пор), властивих структурі основної маси, повинен бути не більше 0,15 мм	5 мас.% або менше
Груба	Коричневий, червоний або жовтий кольори	Їх осколки гетерогенні; діаметр негомогенних елементів повинен бути більше 0,15 мм.	Не менше 5 мас. %
Кам'яна	Пофарбоване в масі	Невеликі, непрозорі фрагменти; прозорість	Менше 0,5 мас. %

При визначенні класифікаційного коду митними органами найчастіше використовуються результати дослідження тільки щодо коефіцієнта водопоглинання, що є недостатнім для достовірної класифікації, так як НД регламентують одні вимоги, що стосуються коефіцієнта водопоглинання, а довідкові дані – інші. Як показує митна практика, імпортований з Китаю керамічний посуд з порцеляни, має коефіцієнт водопоглинання від 0,2% до 0,5%, тобто значення коефіцієнта відрізняється від зазначеного в НД, але є допустимим відповідно до довідковимих даних. Також іноді визначення класифікаційного коду ґрунтується на проведенні ідентифікації тільки органолептичними методами, без використання оптичного методу і без підкріплення даних результатів правовими документами. З боку декларантів також відзначаються подібні порушення, зокрема визначення класифікаційного коду тільки на основі супровідних документів або ж тільки органолептичним методом.

Таким чином, для усунення випадків недостовірної класифікації товарів як декларантами, так і митними органами при проведенні ідентифікації необхідно враховувати всі вище названі ознаки ідентифікації та проводити дослідження на основі нормативних правових документів на керамічний посуд. Крім цього, при визначенні класифікаційного коду слід наголосити на необхідності використання Пояснень до УКТЗЕД, так як вони надають пояснювальну інформацію для кожного з виду кераміки. Однак з метою забезпечення однаковості в прийнятті рішень по класифікації керамічного посуду існує необхідність введення доповнень до пояснень до УКТЗЕД, що містять більш чіткі відмінні критерії щодо кожного з виду кераміки, в тому числі коефіцієнта водопоглинання.

**Список використаних джерел**

1. *Експорт українських стройматеріалів перевищує импорт почти вдвое.* URL: <http://pkrm.com.ua/news/705/>.
2. *ДСТУ 2196-93 Вироби керамічні. Терміни та визначення.* URL: <http://epicentre.com.ua/dstu-2196-93-nrm290.html>.
3. *Омельченко Н. В., Калашиник О. В., Лисенко Н. В. Розробка алгоритму ідентифікації виду кераміки для митних цілей. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі, 2014. № 1 (70). С. 103–111.*

## ФУНКЦІ ТА СПРИЙНЯТТЯ КОЛЬОРУ У ПРОЕКТУВАННІ ГОТЕЛІВ

Колір в проектуванні є одним із важливих елементів, що впливає на естетичне сприйняття інтер'єру та екстер'єру будівлі готелю, а також підкреслює їх функціонально-ужиткове призначення. Колір характеризується трьома фундаментальними параметрами кольору такими як: відтінок, яскравість та насиченість, які дозволяють розпізнати певний елемент, а також визначити його розташування у просторі [1].

Колір суттєво впливає на враження яке складеться від створеної композиції будівлі готелю. Основним завданням кольору є підсилення і доповнення форми будівлі готелю через застосування окремих елементів його структури. Різноманітні способи поєднання кольорів дозволяють виділити форму, виділити її ритм та поділ, зробити акцент на важливих елементах композиції, оптично об'єднати або розділити структури і навіть візуально змінити пропорції. За своєю суттю колір може мати вигляд орнаменту або малюнка, що оздоблює фасад будівлі. Застосування кольорової гами будівлі повинна, окрім функціональних та естетичних властивостей, викликати певні емоційні враження з метою привернення уваги до певних конкретних елементів конструкції або декору, а також забезпечення відповідних психічних стимулів, які стимулюють добре самопочуття та відчуття естетичного задоволення [2, 3].

Основними функціями кольору в архітектурі є:

- утилітарні (функціонально-ужиткові) – колористичні коди – колористичні стандарти, орієнтація у просторі, інформація, захист від впливу атмосферних факторів;
- декоративні – естетичні, колір оздоблювальний, нанесений, орнаментика, малюнок, створення настрою, психологічний вплив;
- акцентуальні або камуфляжні – підсилення або приховування, підкреслення або маскування;
- символічні – культурні традиції, релігійні та історичні зв'язки.

Застосування кольору в архітектурі має матеріальний характер і залежить від форми та основи на яку він наноситься. Сприйняття кольору у просторі залежить від елемента, на якому його розміщено (фасад, дах, обрамлення вікон, карниз), фактури поверхні, її положення та розміру, освітлення й оточення. Кінцевий колористичний ефект у зовнішньому середовищі залежить від багатьох чинників: власне кольору, сусідніх кольорів, забарвлення тла, джерел світла, а також індивідуальних особливостей спостерігача (рис. 1) [3].

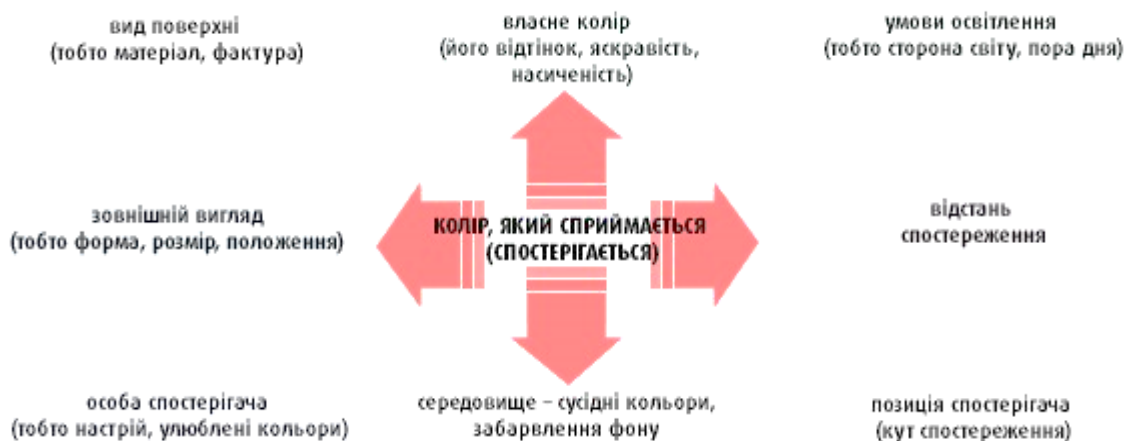


Рис. 1. Чинники, які впливають на візуальне сприйняття кольору у просторі

Незважаючи на індивідуальні відмінності у сприйманні кольору, існують певні загальні, спільні для всіх людей реакції. Кольори можуть оптично наближати або віддаляти, розпорошувати увагу або фокусувати, створювати враження холодних або теплих. Вони можуть здаватися легкими або важкими і, таким чином, поліпшувати настрій або пригнічувати. Це дає змогу свідомо використовувати оптичні враження в колористичному дизайні.

Людське око здатне розрізняти і вловлювати більше мільйона кольорів і відтінків, які активно впливають на самопочуття, настрій, емоції людини. Деякі кольори можуть підвищувати працездатність, інші здатні викликати почуття щастя, радості, спокою, створити атмосферу комфорту і захищеності (табл. 1) [1, 2].

Таблиця 1

**Умовний вплив кольорів на людину**

№ з/п	Властивості кольору	Характеристики кольорів	Вплив кольору на уяву людини
1.	умовна температура	теплі	Жовті, оранжеві, червоні відтінки сприймаються як теплі, з основою жовтого кольору. Сині і зелені тони сприймаються головним чином як холодні кольори з основою синього кольору. Залежно від середовища кожен колір може здаватися холоднішим або теплішим, а зелений може сприйматися як теплий і як холодний залежно якого кольору більше у ньому жовтого чи синього.
		холодні	
2.	умовна вага	важкі	Умовна вага кольору залежить у першу чергу від яскравості і насиченості. Світлі кольори з низькою насиченістю сприймаються як легкі, а темні, з високою насиченістю – як важкі. Умовна вага залежить також від відтінку – так, синій здається важчим від зеленого, який у свою чергу умовно важчий від червоного.
		легкі	
3.	умовна віддаленість	далекі	Головним чинником, що визначає “віддаленість” насиченість кольорів, які здаються ближчими, а ніж приглушені. Враження близькості дають також теплі кольори, в той час як холодні віддаляють, створюючи простір. Як правило, світлі і насичені кольори неначе “виходять на перед”, а темні – умовно “відступають”. Особливо створює враження віддаленості синьо-зелене забарвлення через асоціації з явищем повітряної перспективи.
		близькі	

Колір в інтер'єрі, крім психологічного впливу на людину, впливає і на візуальне сприйняття простору. Світлі відтінки деяких кольорів збільшують і розширюють простір, створюють відчуття легкості і свободи. Інші ж, навпаки, здатні підкреслити замкнутість і невеликі розміри приміщення.

Отже, колір займає одне з важливих місць в архітектурі. Він є невід'ємною частиною як будівельних матеріалів, так і світла, яке на них потрапляє. Присутній на плоских поверхнях та об'ємних конструкціях, допомагає організувати простір, підсилює сприйняття архітектурних рішень.

**Список використаних джерел**

1. Олійник О. П., Гнатюк Л. Р., Чернявський В. Г. *Основи дизайну інтер'єру: навч. посіб. К. : НАУ, 2011. 228 с.*
2. *Колір в інтер'єрі: особливості, властивості і вплив на людину, рекомендації.* URL: <http://zbuduvaly.ho.ua/787-kolir-v-inter-eri-osoblivosti-vlastivosti-i-vpliv.html>.
3. *Сучасні принципи оформлення інтер'єру та екстер'єру готелів.* URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/roglev05-10.htm](http://tourlib.net/books_ukr/roglev05-10.htm).



**Ніколайчук Л. Г.**

к.т.н., доцент,

**Галик І. С.**

к.т.н., професор,

**Семак Б. Д.**

д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ НАНОНАУКИ ТА НАНОТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ**

Як відомо, на початку XXI століття нанонаука і нанотехнології в Україні, як і в багатьох країнах світу, стали основними стратегічними центрами наково-технологічного розвитку у вітчизняних галузях науки та техніки. Провідні вчені НАН України [1, 2], підкреслюють, що нанонаука і нанотехнології в Україні, як і в зарубіжних країнах об'єднують наступні аспекти: технічний, медичний та соціальний. При цьому підкреслюється, що нанонаука в основному вивчає: фізичні, фізико-хімічні, біологічні, фармацевтичні, токсичні властивості наночастинок розміром до 100 нм, а також можливість їх синтезу за допомогою різних нанотехнологій. Відзначається, що цей новий напрямок нанонауки виник в результаті поєднання фундаментальних досліджень з фізики, хімії, фізико-хімії, математики, матеріалознавства, біології, генетики, медицини, а також на основі сучасних технічних досягнень із визначення розміру наночастинок і їх синтезу різними методами. Тому нанонаука нині розглядається як один із важливих аспектів розвитку цивілізації суспільства [2].

Нанотехнологія базується на сукупності знань, способів і засобів виробництва різноманітних за призначенням наноматеріалів і виробів [1, 2]. Прогнозується, що в майбутньому розвиток нанотехнологій в Україні, як і в зарубіжних країнах, буде сконцентрований на таких п'яти основних напрямках [2]:

1. Розроблення економічно вигідних методів синтезу наноматеріалів різного цільового призначення.
2. Створення нових наноматеріалів для промисловості, космічної техніки та інших галузей народного господарства.
3. Впровадження наноматеріалів для комп'ютеризації виробництва та медицини, фармакології, фармацевтики.
4. Розроблення нанотехнологій та впровадження отриманих наносенсорів, нанореактивів у біологічні лабораторні дослідження.
5. Створення нових нанопрепаратів для діагностики та лікування різних захворювань людини.

Слід відзначити, що в Україні, як і в багатьох економічно розвинутих країнах світу, також проводяться активні дослідження як по створенню нових нанотехнологій, так створеної на їх основі нанопродукції [1, 2]. Так, наприклад, проблемами застосування наноматеріалів у клінічній практиці нині займаються як медичні університети НАН України, так і навчальні університети Міністерства освіти і науки України [2]. Так, в роботі [3] зроблено критичний огляд застосування нанотехнологій і наноматеріалів у медицині, названі найбільш перспективні з них. З іншого боку, названі основні небезпеки від їх застосування в різних галузях промисловості. Підкреслюється, що нині використання нанотехнологій і наноматеріалів впевнено увійшли у всі галузі науки, техніки, медицини та інших галузей. Значною перевагою використання нанотехнологій при дослідженні захворювань (особливо онкологічних) являється при даному методі більш раннє їх виявлення, ніж при традиційних методах [2].

Узагальнення результатів досліджень за тематикою нанонауки і нанотехнологій за останні роки [2], дозволяє зробити провідним університетам НАН України, такі загальні висновки: основна увага приділена поглибленню вивченню фізіологічних, біологічних та фізико-хімічних механізмів дії нових нанопрепаратів, а також фармацевтичних нанотехнологій їх застосування; встановлено, що однією із важливих медико-соціальних

проблем, пов'язаних із використанням наноматеріалів у різних галузях народного господарства, є мінімізація негативного впливу на організм людини та навколишнє середовище наночастинок; перед нанонаукою нині стоїть завдання ґрунтовно вивчити механізм нанотоксикологій з метою їх мінімізації; актуальним виявилось застосування нанотехнологій у медицині для лікування важких захворювань людини, включаючи онкологічні; для подальшого розвитку нанонауки та сучасних нанотехнологій в Україні обґрунтована доцільність більш глибокого вивчення в цих галузях зарубіжного досвіду; обґрунтована доцільність зосередити зусилля вітчизняних вчених на розвитку тих напрямків нанонауки і нанотехнологій, в яких наша країна ще відстає від деяких зарубіжних країн (особливо США, Японії, Німеччини та інших); підкреслена доцільність поглиблених досліджень вченими України з розробки наноматеріалів із вуглецю та металів, придатних для створення сучасних нових установок методів діагностики захворювань людини та інших розробок у сфері нанотехнологій.

Підкреслюється, що у галузі розвитку нанонауки і нанотехнологій вчені України повинні зосередити свої зусилля над вирішенням наступних завдань [2]:

1. Розроблення нових нанотехнологій отримання наночастинок і композитів.
2. Розроблення нових наноприладів з метою їх застосування у техніці, біології, медицині, сільському господарстві та інших галузях.
3. Створення на основі нанотехнологій нових медикаментів та їхніх лікарських форм.
4. Дослідження токсикології наноматеріалів і нанопрепаратів різного цільового призначення, а також їх впливу на організм людини.
5. Установлення всіх аспектів взаємодії наноструктур з організмом людини та зовнішнім середовищем.

Підсумовуючи наведену в даній роботі інформацію, представляється доцільним дати загальну характеристику структури видового асортименту основних видів наноматеріалів, які знаходяться на товарному ринку України (табл. 1).

Таблиця 1

**Видовий асортимент нанопродукції на товарному ринку України за 2016 рік**

№ з/п	Назва виду наноматеріалу в окремих галузях господарства	Частки даного нанотовару на ринку України, %
1	Текстильна промисловість	7
2	Спорт	6
3	Нафтова промисловість	3
4	Медицина	6
5	Побутова техніка	3
6	Харчова промисловість	5
7	Довкілля	8
8	Електроніка	30
9	Косметика	10
10	Будівництво	11
11	Автомобільна промисловість	8
12	Сільське господарство	3
	Всього	100

Джерело: [3].

**Список використаних джерел**

1. Салікова О. В. Державна політика у сфері нанонауки та нанотехнологій в Україні з врахуванням орієнтирів. *Економіка і прогнозування*. 2014. № 3. С. 121–136.
2. Патон Б. Можеленко З., Чекман І., Мовчан Б. *Нанонаука і нанотехнології: технічний, медичний та соціальний аспекти*. *Вісник НАН України*. 2009. № 6. С. 18–26.
3. Фесенко О. М., Ковальчук С. В., Нищук С. А. *Проблеми та перспективи розвитку нанотехнологій в Україні та світі. Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 1. С. 170–179.

**Попович Н. І.**  
к.т.н., доцент,  
**Шумський О. В.**  
к.т.н., доцент,  
**Терешкевич Н. А.**  
к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **МІКРОБІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ З БАМБУКОВОГО ВОЛОКНА**

Одним із ключових чинників забезпечення належного мікроклімату у взутті є утримання правильного балансу між інтенсивністю виділення поту, який виділяє стопа, та його видаленням з поверхні шкіри. Порушення мікроклімату стопи внаслідок дії зовнішніх чинників (температура і вологість повітря, фізіологічні особливості стоп людини та ін.) сприяють зростанню грибкової та бактеріальної флори, яка може негативно впливати на організм людини. Наприклад, виникають ураження шкіри стопи різного ступеня тяжкості (дерматологічні захворювання та ін.), запобігання яких неможливе без врахування сучасних вимог до матеріалів для взуття. Крім того, наявність та розвиток бактерій та грибків у системі “стопа-взуття” спричиняє деструкцію підкладкових матеріалів [1; 2].

Пропозиція нового продукту, що відповідає як підвищеним експлуатаційним вимогам в галузі гігієни взуття, так і безпеці їх використання, є частиною новітніх тенденцій на світових ринках. Зокрема, структура і властивості текстильних матеріалів, виготовлених з використанням бамбука, та можливості їх застосування – є постійним предметом численних міжнародних наукових досліджень, оскільки ринок одягу та взуття має величезний потенціал і в той же час є найбільш вибагливим що безпеки споживачів [2].

Крім цього, правильний вибір засобів індивідуального захисту гарантує безпеку його користувачів. У літературі з цього приводу наведено численні приклади модифікації матеріалів, призначених переважно для спортивних, робочих та захисних виробів.

З метою забезпечення належного рівня вимог до мікробіологічних властивостей у взутті, нами було здійснено мікробіологічний аналіз нових матеріалів для взуття.

У дослідженні використовували текстильні матеріали на основі бамбукових волокон, які доступні на вітчизняному ринку. Для аналізу було відібрано чотири тканини та два трикотажних полотна, товщиною 0,35-1,74 мм, масою основи 170-500 г/м<sup>2</sup>, у яких вміст бамбукових волокон перевищує 50%. Параметри текстильних матеріалів, призначених для підкладкових матеріалів у взутті, наведені в табл. 1.

*Таблиця 1*

**Характеристика досліджуваних матеріалів**

Зразок	Вид матеріалу	Поверхнева густина, г/м <sup>2</sup>	Товщина, мм	Склад композиції, %
М1	Тканина	170	0,40	100 бамбук
М2	Тканина	500	1,74	100 бамбук
М3	Тканина	300	0,61	95 бамбук, 5 поліестер
М4	Тканина	170	0,35	50 бамбук, 50 льон
М5	Трикотаж	290	1,20	85 бамбук, 15 поліестер
М6	Трикотаж	220	0,38	95 бамбук, 5 еластан

Визначення стійкості взуттєвих текстильних матеріалів з волокон бамбуку до дії мікрогрибків проводили за методом PN-EN 14119: 2005 “Текстильні випробування. Оцінка дії мікрогрибків, метод А1”. Дослідні зразки (діаметром 40 мм) обробляли стандартизованою суспензією грибкових спор на поганому живильному середовищі (агаровому середовищі без джерела вуглецю). Тестові грибки повинні рости лише на досліджуваному матеріалі. Вплив

тестових грибків на зразок оцінювали за ступенем їх зростання на зразках (середнє значення – чотири повторювані результати). Зразки бамбукової тканини тестували на стійкість до *Aspergillus niger* ATCC 6 275. Метод для цілей аналізу був модифікований таким чином, щоб грибки *Trichophyton mentagrophytes* LOCK O572 та *Candida albicans* ATCC 10259 без можливості розщеплення целюлози, яка є у досліджуваних матеріалах, могли рости на зразках. Використовували розчин мінеральних солей з рН 5,6 з додаванням пептону та глюкози.

Аналізи мікробіологічної оцінки текстильних матеріалів з бамбукового волокна представлені в табл. 2

Таблиця 2

### Оцінка протигрибкової активності текстильних матеріалів М1-М6

Зразок	<i>Aspergillus niger</i>		<i>Trichophyton mentagrophytes</i>		<i>Candida albicans</i>	
	I	II	I	II	III	II
Контрольний зразок (бавовняна тканина)	5	Відсутність фунгістатичного ефекту	5	Відсутність фунгістатичного ефекту	Зростання на зразку невидиме неозброєним оком і під мікроскопом. Зростання добре видно навколо і під зразком.	Відсутність фунгістатичного ефекту
М1	5		5	Фунгістатичний ефект		
М2	5		1			
М3	5		5	Відсутність фунгістатичного ефекту	Інтенсивне зростання, що охоплює всю випробувану поверхню	
М4	5		5			
М5	5		5		Зростання на зразку невидиме неозброєним оком і під мікроскопом. Зростання добре видно навколо і під зразком.	
М6	5	5				

*Примітка: I – середня інтенсивність росту, II – оцінка випробуваного матеріалу, III – оцінка росту на агарі за зразками на агарі.*

Зразки спостерігали неозброєним оком та під мікроскопом. Досліджувані зразки текстильних матеріалів М1-М6 не виявляли гальмівного впливу на ріст тестового штаму *Aspergillus niger*. Інтенсивне зростання грибків було помітно на всій поверхні кожного зразка. Після інкубації спостерігалось зростання цвілі *Trichophyton mentagrophytes* у вигляді міцелію білого кольору на поверхні досліджуваних текстильних матеріалів з бамбукових волокон. Було виявлено, що зразки М1, М3, М4, М5, М6 не інгібують ріст *Trichophyton mentagrophytes*; також у цьому випадку інтенсивний ріст грибів був помітний на всій поверхні кожного із зазначених вище зразків. Через світле забарвлення зразків та білий кольору міцелію, це зростання не завжди було видно на фото. На мікроскопічних зображеннях були помітні невеликі гіфи. Наростання міцелію не спостерігалось неозброєним оком лише на контрольному зразку М2. Зростання грибка на цьому зразку визначали мікроскопічним аналізом. Фунгістатичний ефект не виявлено для зразків М1, М3, М4, М5 та М6, а лише для зразка М2. Для зразків М1, М2, М3 та М6 зростання *Candida albicans* не спостерігалось на поверхні зразків текстилю після інкубації, а лише на поверхні агару після відбору проб. Інтенсивний ріст грибків був помітний на всій поверхні агару під зразками в місцях прилягання до текстильних матеріалів для зразків М1-М3 та М6. Інтенсивне зростання тестових грибків *Candida albicans* спостерігалось на поверхні зразків М4, М5. Жоден із зразків М1-М6 не гальмував ріст *Candida albicans*.

Для надання текстильним матеріалам з бамбукових волокон властивостей стійкості до дії мікроорганізмів необхідно модифікувати їх поверхню, наприклад, застосовуючи

відповідну обробку. В рамках досліджень трикотаж на основі бамбукових волокон та еластану (М6) був використаний як підкладковий матеріал у взутті, яке отримало високу оцінку експертів за результатами досліджень на безпечність.

***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).***

#### **Список використаних джерел**

1. Taylor N A S, Caldwell J N, Mekjavic IB. *The sweating foot: local differences in sweat secretion during exercise – induced hyperthermia. Aviation Space and Environmental Medicine* 2006; 77 (10): 1020–1027.
2. Попович Н., Лавінська К., Сервета В., Стефанік М. Дослідження показників безпечності матеріалів для дитячого взуття. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки.* 2019. Вип. 22. С. 17–24.

**Попович Н. І.**

к.т.н., доцент,

**Стефанік М. П.**

здобувач

Львівський торговельно-економічний університет,

**Беднарчук М. С.**

к.т.н., професор, судовий експерт

Львівський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПОКАЗНИКІВ ГІГІЄНИЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПАКЕТІВ ТЕКСТИЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ НА ОСНОВІ БАМБУКОВИХ ВОЛОКОН**

Одним з чинників формування споживних властивостей взуття є забезпечення фізіологічного комфорту стопи при його експлуатації, що, у свою чергу, є однією із складових частин комплексу ергономічності взуття, тісно пов'язано з індивідуальними потребами споживачів, які залежать від віку, статі, фізіологічних особливостей організму, типу фізичних навантажень тощо. Наприклад, підвищене виділення поту стопи спричинює збільшення тертя між шкірою стопи та внутрішніми матеріалами взуття і, як наслідок, ймовірність травмування внаслідок дії сил тертя стає більшою й небезпечнішою [1-4]. Для забезпечення фізіологічного комфорту стопи у взутті важливо забезпечити належний рівень протимікробної та протигрибкової профілактики, оскільки зростання мікроорганізмів всередині взуття негативно впливає на стопу споживача і часто спричинює різні дерматологічні захворювання [5]. Тому актуальним є пошук та використання екологічних матеріалів для формування нових безпечних пакетів матеріалів для взуття, які забезпечать не лише належний рівень гігієнічних властивостей у взутті, а і цілий комплекс позитивних властивостей.

Одним із етапів робіт в означеному напрямі було дослідження гігієнічних властивостей тришарових пакетів текстильних матеріалів на основі бамбукових волокон, які запропоновано використовувати у підкладці для взуття (табл. 1).

В якості контрольного зразка використовували пакет матеріалів на основі бавовняних тканин (В1/В2). Для з'єднання між двома шарами тканини використовувалася поліуретанова перфорована піна (з самоклеючими поверхнями) товщиною 1,2 мм. Щільність перфорації становила 6 отворів на 1 см<sup>2</sup>. У підготовленій тришаровій композиції матеріал В1 був замінений матеріалами М1 – М7. Матеріал В1 використовувався як зовнішній шар, а бамбукові матеріали М1 – М7 використовувалися для нижнього шару. Наступним кроком була заміна матеріалу В2 на матеріали М1 – М7 з метою перевірки місця їх накладки порівняно з В2.

Таблиця 1

**Характеристика досліджуваних матеріалів**

Зразок	Вид матеріалу	Поверхнева густина, г/м <sup>2</sup>	Товщина, мм	Склад композиції, %
M1	Тканина	170	0,40	100 бамбук
M2	Тканина	500	1,74	100 бамбук
M3	Тканина	300	0,61	95 бамбук, 5 поліестер
M4	Тканина	170	0,35	50 бамбук, 50 льон
B1	Тканина	230	0,58	100 бавовна
B2	Тканина	145	0,37	100 бавовна
M5	Трикотаж	290	1,20	85 бамбук, 15 поліестер
M6	Трикотаж	220	0,38	95 бамбук, 5 еластан
M7	Трикотаж	320	0,86	97 бамбук, 3 еластан

В створених нових пакетах матеріалів (табл. 2) було досліджено показники гігієнічних властивостей, зокрема водопаропроникність та поглинання водяної пари, відповідно до методики передбаченої стандартом ISO [6].

Таблиця 2

**Характеристика досліджуваних пакетів матеріалів**

Зразок	Поверхнева густина, г/м <sup>2</sup>	Товщина, мм	Склад композиції, %
B1/B2	375	2.77	100бавовна/PU/100бавовна
B1/M1	400	2.91	100бавовна/PU/100бамбук
B1/M2	730	4.82	100бавовна/PU/100бамбук
B1/M3	530	3.05	100бавовна/PU/95бамбук+5поліестер
B1/M4	400	2.86	100бавовна/PU/50бамбук+50льон
B1/M5	520	4.23	100бавовна/PU/85бамбук+15поліестер
B1/M6	450	3.02	100бавовна/PU/95бамбук+5еластан
B1/M7	550	3.30	100бавовна/PU/97бамбук+3еластан
M1/B2	315	2.55	100бамбук/PU/100бавовна
M2/B2	645	4.35	100бамбук/PU/100бавовна
M3/B2	445	2.84	95бамбук+5поліестер /PU/100бавовна
M4/B2	315	2.62	50бамбук+50льон /PU/100бавовна
M5/B2	435	3.01	85бамбук+15поліестер /PU/100бавовна
M6/B2	365	2.78	95бамбук+5еластан /PU/100бавовна
M7/B2	465	3.15	97бамбук+3еластан /PU/100бавовна

У табл. 3 наведені узагальнені результати дослідження показників гігієнічних властивостей пакетів матеріалів.

Таблиця 3

**Результати дослідження показників гігієнічних властивостей пакетів матеріалів**

Зразки пакетів матеріалів		Водопаропроникність, мг/см <sup>2</sup> год	Поглинання водяної пари, мг/см <sup>2</sup>
Контрольний	B1/B2	7,72	2,22
Із бамбукових тканини	B1/M1	7,06	3,77
	M1/B2	6,06	3,80
	B1/M2	7,54	4,75
	M2/B2	5,22	4,01
	B1/M3	7,34	4,57
	M3/B2	6,91	4,00
	B1/M4	7,42	3,18
Із бамбукового трикотажу	M4/B2	5,05	2,84
	B1/M5	7,67	3,15
	B1/M6	5,62	3,92
	B1/M7	6,18	4,28
	M5/B2	9,72	2,90
M6/B2	5,47	3,23	
M7/B2	6,27	4,34	

З даних табл. 3 видно, що у створених нових пакетах матеріалів (текстильних матеріалів з волокон бамбуку) значення показника поглинання водяної пари було вищим, ніж у контрольного зразка В1/В2 для всіх композицій з бамбукових текстильних матеріалів: різниця становила від 131% (для М4/В2) до 214% (для В1/М2) на користь композицій, виготовлених з використанням бамбукових матеріалів. Отже, водяна пара у нових пакетах матеріалів всмоктується та виводиться у зовнішнє середовище швидше, ніж для складу В1/В2.

Отримані дані показують, що текстильні матеріали на основі бамбукових волокон є кращими, ніж традиційно використовувані у взутті пакети з бавовняних тканин (В1/В2), саме завдяки властивості поглинання водяної пари. Зокрема, всі композиції, виготовлені із застосуванням текстильних матеріалів на основі бамбукових волокон, розташовані понад мінімально прийнятним рівнем (для водонепроникності – 2 мг/см<sup>2</sup> год для підкладкових матеріалів та 0,8 мг/см<sup>2</sup> год для верхнього шару).

Отже, пакети текстильних матеріалів з бамбукових волокон загалом кращі, ніж аналогічні пакети на основі бавовняної тканини, за властивістю поглинання водяної пари (параметр гігієнічності). Для решти досліджених показників гігієнічних властивостей пакети текстильних матеріалів з бамбукових волокон можна порівняти із пакетами на основі бавовняних тканин, які зазвичай широко використовуються у сучасному взутті високого рівня якості.

***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).***

#### **Список використаних джерел**

1. Serweta W, Matusiak M, Olejniczak Z, Jagiello J, Wójcik J. Proposal for the Selection of Materials for Footwear to Improve Thermal Insulation Properties Based on Laboratory Research. *FIBRES & TEXTILES in Eastern Europe* 2018; 26, 5(131): 75-80. DOI: 10.5604/01.3001.0012.2535.
2. Taylor N A S, Caldwell J N, Mekjavic IB. The sweating foot: local differences in sweat secretion during exercise – induced hyperthermia. *Aviation Space and Environmental Medicine* 2006; 77 (10): 1020-1027.
3. Błaszczuk-Kostanecka M, Wolska H. *Dermatologia w praktyce*. PZWL Wydawnictwo Lekarskie, Warsaw, 2009.
4. Попович Н. І., Половніков І. І., Беднарчук М. С. Біомеханічні властивості стопи – важливий чинник формування споживчих властивостей взуття. Проблеми формування асортименту, якості і екологічної безпеки товарів : Матеріали III-ої міжнародної наук.-практ. конф. : (Львів, 12 листопада 2015 року) : тези доповідей. Львів : Видавництво “Растр-7”, 2015. С. 168–170.
5. Sanchez-Navarro MM, Perez-Liminana MA, Cuesta-Garotte N, Maestre-Lopez MI, Bertazzo M, Martinez-Sanchez MA, Orgiles-Barcelo C, Aran-Ais F. Latest Developments in Antimicrobial and Functional Materials for Footwear. *Microbial Pathogens and Strategies for Combating Them: Science, Technology and Education* 2013; 1: 102–113.
6. PN-EN ISO 20344: 2012. *Personal protective equipment – Test methods for footwear*.

**Сапожник Д. І.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРАВИЛЬНІСТЬ КОДУВАННЯ ТА ФОРМУВАННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ АВТОМОБІЛЬНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ**

Інтеграція України у світову економіку передбачає проведення керованої та диференційованої політики відкриття українського ринку для іноземних товарів на засадах домовленостей ГАТТ/СОТ. У цьому процесі україні необхідним є врахування особливостей сучасного стану економічних перетворень в Україні, зокрема у складі механізмів митно-тарифного регулювання експортно-імпортних операцій. Ефективне митно-тарифне регулювання забезпечується за умови правильного застосування процедур стягнення мита, законодавчого закріплення класифікації товарів згідно з товарною номенклатурою зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) та визначення митної вартості товарів, яке у контексті здійснення тарифного регулювання зовнішньоторговельних операцій, є одним з визначальних елементів декларування товарів та однією з найскладніших процедур у міжнародній митній практиці.

Забезпечення прозорого та зрозумілого всім учасникам кодування товарів слід визнати підґрунтям правильності відображення в обліку митної вартості товару та правильності визначення суми мита.

Угода про асоціацію – це, передусім, економічна інтеграція України у спільний ринок ЄС, адже після набуття неї чинності планується скасування нашою державою близько 97% імпортних та 82,6% експортних мит, Євросоюзом – 96,3% та 91,8% відповідно [1].

Автомобільна галузь України функціонує в умовах, штучно створених для підтримання національного (апріорі “бюджетного”) виробника, змушеного конкурувати із вживаними іномарками. При цьому, ставки акцизу на імпорту вживаних легкових транспортних засобів (ТЗ) є значно, ніж на вживані комерційні автомобілі. Як наслідок, у структурі імпорту вживаних автомобілів протягом останніх років лише 6,2% становили вживані легкові автомобілі, решту – вживані комерційні автомобілі. Передбачене Угодою застосування спеціального захисного механізму для автомобільної промисловості України актуалізує дослідження поточного стану питань ідентифікації транспортних засобів під час їх митного оформлення задля виокремлення можливих загроз його розвитку в Україні [2].

Найважливішим моментом при визначенні митної вартості є правильне визначення коду товару згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТЗЕД), яка базується на Гармонізованій системі опису та кодування товарів, і розроблена з урахуванням товарної номенклатури Митного тарифу України та визначальних для класифікації характеристик товару. В УКТЗЕД для класифікації товарів у різних товарних позиціях використовують такі критерії: матеріали, з яких то вари виготовлені; функції, що вони виконують; ступінь обробки цих товарів. Деякі товари можуть бути частинами і додатками інших товарів, що також враховано в товарній номенклатурі.

Переважно, при визначенні товарної позиції у декларантів не виникає проблем, але інколи виникають ситуації (в більшості випадків при декларуванні ТЗ), коли складно визначити код за УКТЗЕД. Адже товар у міру складності конструкції може підпадати під декілька кодів, з яких необхідно вибрати ту товарну позицію, яка підходить до даного товару згідно з Правилами інтерпретації УКТЗЕД. Поряд з цим не зустрічаються неточності, а іноді і не зовсім коректні трактування при визначенні та ідентифікації об’єктів класифікації, пов’язані з причинами, які детально були розглянуті в [3]. Серед них: неточності, пов’язані з порушенням правил застосування в номенклатурі коми; необґрунтована перестановка слів при перекладах текстів товарних номенклатур; порушення чіткої товарознавчої характеристики та однозначної ідентифікації об’єкта класифікації).

Існують ситуації, в яких декларанти обирають неправильну товарну позицію, пояснюючи це проведенням товарознавчої експертизи чи визначення коду виходячи з самостійного вивчення технічної документації. Прикладом цього є ситуація, розглянута в [4]. Спеціалізований автомобіль (з наливним баком) декларантом було віднесено до товарної позиції 8705 “Моторні транспортні засоби спеціального призначення, крім призначених головним чином для перевезення людей або вантажів”, а на митниці було прийнято рішення про зміну коду на 8704 “Моторні транспортні засоби для перевезення вантажів”, в наслідок чого ставка мита зросла з 5% до 10%. Рішення є спірним, оскільки згідно Пояснення до товарної позиції 8705 п. 4 в товарну позицію включаються: вантажні автомобілі, застосовувані для очищення вулиць, стічних канал тощо. Даний автомобіль відноситься до автомобілів – цистерн, а отже, підпадає під товарну позицію 8704. Крім того, в даній ситуації діє правило 3 (с) Правил інтерпретації УКТЗЕД: “товар, класифікацію якого не можна здійснити відповідно до правил 3 (а) або 3 (б), повинен класифікуватись в товарній позиції з найбільшим порядковим номером серед номерів товарних позицій, що розглядаються”.

Отже, оскільки підприємства стикаються з проблемами визначення коду товару за УКТЗЕД при митному оформленні доцільним буде для вирішення цього питання звертатися до митних органів з проханням про попереднє рішення, згідно з яким декларант матиме право протягом трьох років при митному оформленні використовувати товарну позицію, яка була визначена для цього виду товару у попередньому рішенні.



Практика митного співробітництва країн підтверджує, що застосування інформаційних технологій (зокрема, програмного забезпечення системи ASYCUDA (Automated System for Customs Data)) є суттєвим чинником підвищення ефективності митних процедур. У главі 7 Кіотської конвенції “Застосування інформаційних технологій” зазначено, що їх застосування дає можливість змінити заходи, за допомогою яких митні органи здійснюють свої функції з контролю та справляння податків та формування єдиного інформаційного простору, необхідного для ефективності та дієвості системи митної взаємодії країн з іншими країнами.

#### **Список використаних джерел**

1. Якою буде зона вільної торгівлі. URL: <http://europatorgivlia.org.ua/about-fta/>.
2. Зизич І. І., Сапожник Д. І. Проблема транспортних засобів з іноземною реєстрацією в Україні: причини та наслідки. Товарознавча наука – традиції та сучасність : Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція здобувачів вищої освіти і молодих учених, 26 листопада 2019 р. Харків : ХДУХТ, 2019. С. 53–54.
3. Сапожник Д. І., Демидчук Л. Б. Ідентифікація та кодування окремих груп непродовольчих товарів у товарній номенклатурі зовнішньоекономічної діяльності. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки. 2019. Вип. 22. С. 113–117.
4. Хопчан В. М. Вплив кодування на формування митної вартості автотранспортних засобів. АГРОСВІТ. № 12. 2015. С. 33–38.

**Шумський О. В.**

к.т.н., доцент,

**Попович Н. І.**

к.т.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **АНАЛІЗ ТОВАРОЗНАВЧОГО ЗМІСТУ КЛАСИФІКАЦІЇ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЇ СВІТИЛЬНИКІВ ЗА ВИМОГАМИ УКТЗЕД 2014**

В межах виконання кафедральної НДР “Дослідження та розробка властивостей, асортименту та якості інноваційних непродовольчих товарів” (ДР №0117U001582)”, ми досліджували теоретичні і практичні особливості митного оформлення світильників (СП, ЕПС), а саме: особливості їх класифікації та кодування за вимогами УКТЗЕД 2014 при переміщенні через митний кордон України. Відповідно до термінів і визначень об’єкту дослідження (світильники, світлові прилади, електропобутові світильники) із застосуванням “Правил інтерпретації класифікації товарів” [1, 2] ми визначили відповідні коди та угруповання за УКТЗЕД 2014.

З огляду на обмеження обсягу публікації нами подаються результати аналізу лише 2-х із 7-ми товарних підпозицій (6 цифр коду), як достатньо репрезентативні щодо відображення специфіки досліджуваної проблеми. Результати пошуку подані у табл. 1.

За результатами аналізу даних табл. 1 нами встановлено, що при митному оформленні експортно-імпортних операцій об’єкт нашого дослідження за класифікацією УКТЗЕД 2014 відноситься до таких класифікаційних угруповань (позицій, підпозицій, категорій, підкатегорій) [1, 2].

1. До розділу XX “Різні промислові товари”, а саме: до групи 94 “Меблі; постільні речі, матраци, матрацні основи, диванні подушки та аналогічні набивні речі меблів, світильники і освітлювальні прилади, в іншому місці не зазначені; світлові покажчики, табло і подібні вироби; збірні будівельні конструкції” [1, с. 2567].

2. Вказана група, в свою чергу, включає тільки одну товарну позицію (heading) [1], а саме: 9405 “Лампи та освітлювальне обладнання, включаючи прожектори та їх частини, в іншому місці не зазначені; світлові вивіски, світлові покажчики, табло з назвою або адресою і подібні вироби, що мають умонтоване джерело світла та їх частини, в іншому місці не зазначені”;

## Класифікація і кодування світильників (СП, ЕПС) за вимогами УКТЗЕД-2014

Код за УКТ ЗЕД	Назва	Ставки мита	
		пільгова	повна
1	2	3	4
9405	Лампи (світильники) та освітлювальне обладнання, включаючи прожектори та їх частини, в іншому місці не зазначені (...)		
9405 10	<b>- люстри та інші електричні освітлювальні прилади, які підвішуються або закріплюються на стелі чи на стіні (...)</b>		
	<i>- - з пластмаси або з кераміки:</i>		
9405 10 21	з пластмаси призначені для використання з лампами розжарювання:		
9405 10 21 10	- - - - для цивільної авіації	0%	5%
9405 10 21 90	- - - - інші	5%	5%
9405 10 40	- - - інші:		
9405 10 40 10	- - - - для цивільної авіації	0%	5%
9405 10 40 90	- - - - інші	5%	5%
9405 10 50 00	<i>- - із скла</i>		
	<i>- - з інших матеріалів:</i>		
9405 10 91	призначені для використання з лампами розжарювання:		
9405 10 91 10	- - - - з недорогоцінних металів, для цивільної авіації	0%	5%
9405 10 91 90	- інші	5%	5%
9405 10 98	інші:		
9405 10 98 10	- - - - з недорогоцінних металів, для цивільної авіації	0%	5%
9405 10 98 90	- інші	5%	5%
9405 20	<b>- світильники електричні настільні, підлогові або світильники, що встановлюються біля ліжка:</b>		
	<i>- - з пластмаси або кераміки:</i>		
9405 20 11 00	з пластмаси призначені для використання з лампами розжарювання	10%	10%
9405 20 40 00	інші	10%	10%
9405 20 50 00	<i>- - із скла</i>	10%	10%
	<i>інших матеріалів:</i>		
9405 20 91 00	призначені для використання з лампами розжарювання	10%	10%
9405 20 99 00	інші	10%	10%

Джерело: [1, 2].

3. Товарна позиція 9405 включає 7 товарних підпозицій, які сформовані за ознакою “тип/ вид/ різновид СП (світильника)”, а саме: 940510 “люстри та інші електричні освітлювальні прилади, які підвішуються або закріплюються на стелі чи на стіні, за винятком тих, що використовуються для освітлення відкритих майданчиків або транспортних магістралей”; 940520 “світильники електричні настільні, підлогові або світильники, що встановлюються біля ліжка”; 940530 “набори освітлювальних приладів, що використовуються для прикрашання новорічних ялинок”; 940540 “інші світильники електричні та освітлювальні прилади”; 940550 “світильники неелектричні і прилади неелектричні освітлювальні”; 9405 60 “світлові покажчики, світлові табло з назвою або адресою та подібні вироби”; без коду, “частини”.

4. Деталізований поділ СП на нижчі класифікаційні угруповання (категорії і підкатегорії) за вимогами УКТЗЕД 2014 відбувається поєднанням кількох товарознавчих ознак. Так, поділ на категорії (8-значний код УКТ ЗЕД) – за комплексною ознакою “матеріал виготовлення корпусу/ абажуру” + “тип використовуваного ДС/лампи”, наприклад, категорія 94051021 “люстри та інші електричні освітлювальні прилади, які підвішуються або закріплюються на стелі чи на стіні, ... з пластмаси, призначені для використання з лампами

розжарювання”. Поділ на підкатегорії включає додаткову ознаку – “сферу використання/застосування”, наприклад, 9405102110 “люстри та інші електричні освітлювальні прилади, які підвішуються або закріплюються на стелі чи на стіні, ... з пластмаси, призначені для використання з лампами розжарювання, для цивільної авіації [2].

Крім того, ретельне вивчення змісту “Пояснень до УКТЗЕД” [2] свідчить, що цей документ містить ґрунтовний перелік і чітке тлумачення важливих товарознавчих ознак, які дають підставу для достовірної ідентифікації *світильників* як об’єкту декларування, зокрема перевірки їх відповідності опису у зазначених вище класифікаційних угрупованнях і, таким чином, для прийняття оперативного рішення щодо кодування при її митному оформленні.

Висновок: класифікація об’єкту дослідження “світильники” за вимогами УКТЗЕД 2014 є фундаментальним і деталізованим групуванням, яке базується на репрезентативній кількості ідентифікаційних ознак (тип/вид/різновид СП, матеріал виготовлення корпусу/абажуру, тип використовуваного ДС/лампи, сфера використання). На наш погляд, це обґрунтовує застосування УКТ ЗЕД у митних тарифах при визначенні митної вартості, а також – для обліку вказаних товарів при здійсненні ЗЕД як елементу комерційної діяльності на сучасному ринку товарів і послуг.

#### **Список використаних джерел**

1. Консалтинг ВЭД сервис : Український класифікатор товарів (УКТЗЕД) : Пояснення до УКТЗЕД. URL: <http://consult-ved.com.ua/inform/uktzd/>.

2. Пояснення до УКТ ЗЕД : Встун. URL: <http://www.proagro.com.ua/reference/vedua/uktzed/121.html/>.

**Шумський О. В.**

к.т.н., доцент,

**Швець О. М.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **АНАЛІЗ ЗМІН У ЗАКОНОДАВСТВІ УКРАЇНИ ЩОДО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ У КОНТЕКСТІ ВИМОГ “З Д”**

Одним з напрямів наших тривалих (з 2005 р.) досліджень інформаційного забезпечення товарів (ІЗТ) є постійний моніторинг та аналіз інформаційного законодавства України як термінологічної і методологічної бази у цій сфері [2, 3]. В означених межах ми зокрема встановили, що ІЗТ, як складова частина компетенцій у професійній діяльності товарознавця-комерсанта на сучасному ринку товарів (робіт і послуг), має досить ґрунтовну правничу базу [3]. Її, на наш погляд, поряд із законодавством про науково-технічну інформацію, про друковані ЗМІ (пресу), про телебачення і радіомовлення та ін. [3], доречно виділити в окрему підгалузь “інформаційне законодавство про товари” (продукцію, продукти, харчові продукти і т.д.). Вагомою методологічною підставою для формування цієї підгалузі є наявність у чинному законодавстві окремого виду “інформації про товар, роботу, послугу” (Закон України “Про інформацію”, у ред. 2019 р., ст. 10).

Аналіз чинного законодавства України показує, що виділена нами підгалузь “інформаційне законодавство про товари” складається з окремих положень Конституції України і цілої низки Законів України (ЗУ), з яких найважливішими є: “Про захист прав споживачів” (1991р.), “Про інформацію” (1992), “Про науково-технічну інформацію” (1993), “Про охорону прав на знаки для товарів і послуг” (1993), “Про рекламу” (1996), “Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів” (1997), “Про обов’язковий примірник документів” (1999), “Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції” (2000), “Про захист економічної конкуренції” (2001), “Про електронні документи та електронний документообіг”, “Про загальну безпечність нехарчової продукції” (2010), “Про доступ до публічної інформації” (2011), “Про технічні

регламенти та оцінку відповідності” (2015), “Про державний контроль за дотриманням законодавства про харчові продукти, корми, побічні продукти тваринного походження, здоров’я та благополуччя тварин” (2017) та деякі інші.

Базова норма, з огляду на наше дослідження, а саме, право на інформацію, закріплена у ч. 2 ст. 34 Конституції України за якою “... кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір” [1]. Крім права кожного вільно збирати інформацію, Конституція гарантує право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту (ч. 2 ст. 50), а також право “... на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди” [1].

У більшості вказаних ЗУ, крім тлумачення базового терміну “інформація”, подаються визначення і трактування основних термінів з інформаційної галузі, які є важливими з огляду на товарознавчу специфіку предмета нашого дослідження: “інформаційна продукція”, “види інформації”, “доступ до інформації”, “документ”, “електронний документ”, “дані”, “продукція”, “виробник”, “користувач”, “суб’єкт господарювання”, “вантаж”, “офіційна назва”, “маркування”, “пакування”, “простежуваність”, “етикетка”, “інгредієнт”, “ідентифікація”, “строк придатності”, “дата вжити до”, “знак відповідності технічним регламентам” та багато інших.

Крім того, до інформаційного законодавства про товари входять постанови КМУ та інші відомчі підзаконні нормативні акти, зокрема накази профільних міністерств і державних комітетів, які встановлюють і регулюють юридичні вимоги щодо інформаційного забезпечення окремих груп і видів продукції (товарів) державного значення. Прикладом може бути низка постанов КМУ і численних наказів Мінекоенерго, Мінінфраструктури, Мінекономіки та Мінрегіону України про затвердження технічних регламентів, порядку і правил маркування окремих груп і видів продукції; вимог до їх пакування; екологічного маркування; форм та описів знаків відповідності та інших інформаційних товарних знаків; охорону географічних зазначень місць походження товарів; інструкцій з товарознавчої оцінки харчових продуктів та ін.

Результати постійного моніторингу чинного законодавства у галузі ІЗТ (продукції, послуг) свідчать, що воно є системою динамічною, яка має тенденцію до оновлення та удосконалення. Прикладом тут є прийняття у грудні 2018 р. ЗУ № 2639-VIII “Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів” [4]. В цілому, ми погоджуємося з оцінками експертів, що новий Закон, приводить українське законодавство у відповідність до положень численних регламентів і директив ЄС у цій сфері, а також – щодо його спрямування на забезпечення належного рівня захисту здоров’я та інтересів споживачів, їхньої поінформованості, встановлення засобів гарантування права споживачів на інформацію та процедури надання інформації про харчові продукти [4].

В той же час ми вважаємо доцільним детальніше оцінити відповідність змісту цього Закону основним вимогам до якості товарної інформації (ТІ), котрі у фахових наукових джерелах відомі як “принцип 3-х “Д” (достовірність, доступність, достатність) [2, с. 77].

Реалізація *принципу “достовірності”* в означеному Законі закладена, насамперед, у положеннях ст. 4: п. 2 (інформація про харчовий продукт має бути *точною, достовірною та зрозумілою*<sup>3</sup> для споживача); п. 3 (інформація про харчовий продукт *не повинна вводити в оману* щодо його характеристик, приписування неприкритих йому властивостей або наслідків споживання, особливих характеристик, “нібито лікувальних властивостей” і т.д.) [4]. У п. 5 цієї ж статті вказано, що ці вимоги поширюються на *рекламу* як вид *засобу товарної інформації* (ЗТІ) [2, 4]. У ст. 5 (п. 1-6) прямо вказується на відповідальність операторів ринку харчових продуктів за дотримання і забезпечення цих вимог, зокрема щодо наявності *обов’язкової інформації* [2] про харчові продукти у максимальній кількості видів ЗТІ (*маркування, супровідні документи*) і носіїв ТІ (*упаковка, етикетка і т.д.*) [4]. Ст. 6 містить детальний перелік *даних (реквізитів)* обов’язкової інформації, котра, як відомо з теорії ІЗТ, забезпечує реалізацію принципу достовірності [2].

Реалізація *принципу “доступності”* закладена вже у самому визначенні терміна “інфор-

<sup>3</sup> Аналіз вимоги “зрозумілість” – див. нижче.

мація про харчовий продукт”, яка кінцевому споживачеві має подаватися “... шляхом зазначення у маркуванні, інших супровідних документах та матеріалах або в інший спосіб (у доступній наочній формі), встановлений для окремих видів продукції...” (п. 1 (10) ст. 1) [4].

Крім того, вперше у чинному законодавстві тут введені терміни (ст. 1 п. 1), які можна застосовувати як показники оцінювання якості ТІ на відповідність *вимогам доступності*, а саме:

– “основне поле видимості” – зона на упаковці, яку найбільш імовірно бачить споживач при першому погляді на харчовий продукт під час здійснення покупки (наведення у цій зоні основних характеристик, категорії харчового продукту, знака для товарів і послуг дає споживачеві можливість успішно та оперативно ідентифікувати харчовий продукт);

– “поле видимості” – сукупність поверхонь упаковки, інформацію з яких можливо прочитати з однієї точки огляду;

– “розбірливість” – характеристика фізичного вигляду інформації, що визначає *візуальну доступність* інформації широкому загалу, яка зумовлюється низкою елементів (розміром шрифту, інтервалом між літерами та рядками, шириною шрифту, кольором шрифту, гарнітурою, співвідношенням ширини і висоти літер, поверхнею матеріалу і контрастом між надрукованим об’єктом і фоном [4].

Окремі вимоги *принципу “доступності” (зручність і надання інформації на вимогу)* [2] деталізовані у положеннях ст. 8 “Розміщення та представлення обов’язкової інформації про харчові продукти”, а саме: легка доступність обов’язкової інформації (п. 1); розміщення на видному місці, чіткість, розбірливість та неможливість видалення (п. 3); унеможливлення приховування чи спотворювання обов’язкової інформації іншою текстовою чи графічною інформацією (п. 4); регулювання висоти малих літер, якими подається обов’язкова інформація (п. 5, 6); розміщення назви харчового продукту і його кількості в установлених одиницях вимірювання в одному (основному) полі видимості (п. 1 (18, 23) ст. 1; п. 1, 5, 11 ст. 6; п. 7 ст. 8) [4].

Однак, встановлення розміру 1,2 мм як мінімальної допустимої висоти малих літер у тексті, яким надається обов’язкова інформація (п. 5) і 0,9 мм – у разі використання упаковки або тари, площа найбільшої поверхні якої менша за 80 см<sup>2</sup> (п. 6), на нашу думку, формалізує сам принцип такого регулювання. На практиці намагання виробників розмістити весь, передбачений вимогами Закону, значний обсяг обов’язкової інформації про певний харчовий продукт на обмежених площах носіїв маркування (етикетки, контретики, бирки, первинна тара-упаковка), змусить їх до застосування шрифтів саме вказаних мінімальних розмірів. Це фактично зводить нанівець поняття “розбірливість” і робить всю інформацію, насамперед обов’язкову, малодоступною у сенсі наочності сприйняття, особливо для певних категорій споживачів (осіб похилого віку, осіб зі слабким зором та його вадами). Для порівняння – найменший, який можна вважати візуально розбірливим (наочним), комп’ютерний кегль розміром 8 пт у найбільш уживаних шрифтах має висоту від 2 до 3 мм.

Щодо реалізації *вимоги зрозумілості* як складової *принципу “доступності”*, то на наш погляд, у Законі також є певні, хоча і незначні, протиріччя. В теорії ІЗТ *зрозумілість* – це вимога до ТІ, яка передбачає використання усталених понять і термінів, визначення яких подаються у термінологічних словниках, довідниках, стандартах тощо, або ж ці терміни і поняття відносяться до усталених, і тому не потребують тлумачень і пояснень [2]. Аналіз змісту ст. 1 “Терміни та їх визначення” показує, що більшість поданих тут термінів є суто науковими, вузькоспеціалізованими, з галузей органічної хімії, біо- та харчової хімії, фізики і харчових технологій [2].

Обов’язкове вживання цих термінів у носіях маркування, рекламі і супровідних документах є цілком обґрунтованим з погляду дотримання *принципу достовірності*, забезпечуючи *точність, адекватність та об’єктивність* відтворення і подання інформації про харчові продукти. Водночас, для пересічного споживача, особливо в умовах реальної торговельної практики (внутрішня атмосфера торговельного підприємства, фонові інформаційні навантаження на покупця, його інтелектуальні та психофізіологічні риси і т. ін.) вони є мало зрозумілими, а нагальне сприйняття і засвоєння їх змісту – утрудненим, потребуючи додаткового інформаційного супроводу (консультації фахівців, тлумачення за словниками і т.п.).

Вимога *мовної доступності* реалізована у нормах ст. 10 “Мовні вимоги до інформації

про харчові продукти”: вона надається державною мовою; за рішенням оператора ринку відповідального за інформацію, поруч із текстом, викладеним державною мовою, може розміщуватися його переклад іншими мовами; знаки для товарів і послуг у маркуванні можуть наводитися у тому вигляді, в якому їм надана правова охорона в Україні відповідно до законодавства [4].

*Принцип “достатності”* у теорії трактується як *раціональна інформаційна насиченість* і на практиці вимагає оптимального співвідношення “повна/зайва” інформація [2]. Реалізація його через дотримання норм вказаного Закону на нашу думку, є дещо проблематичною, оскільки необхідність надання великих *обсягів обов’язкової інформації* про харчові продукти на *малих площах* носіїв ЗТІ, може призвести до потенційного, зазначеного вище, утруднення *наочності сприйняття* (невідповідності *показникові “розбірливість”*), і тим самим, через несприйняття споживачем “автоматично” перетворює її статус з “повної” у “зайву”. Щоправда, розробники Закону частково передбачили такі суперечності: наприклад, у випадку, коли площа упаковки *фасованих продуктів* менша ніж 10 см<sup>2</sup>, обов’язково зазначати лише назву продукту, алергени, кількість та мінімальний термін придатності, а всі інші дані можна подавати на запит споживача (п. 6 ст. 6) [4].

Висновок: новий ЗУ “Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів” реалізацію вимог “принцип 3-х Д” в цілому забезпечує. Відзначені можливі суперечності, на наш погляд, можуть бути усунені внесенням змін у текст Закону, зокрема щодо можливості і необхідності збільшення частки інформації, яка може подаватися *інформаційними товарними знаками* (ІТЗ).

#### **Список використаних джерел**

1. Конституція України. Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/>.
2. Шумський О. В. Наукове обґрунтування інформаційного забезпечення товарів : дис. канд. техн. наук. Львів : Львівська комерційна академія, 2015. 222 с.
3. Шумський О. В., Садловська С. І., Беднарчук М. С. Інформаційне законодавство України як термінологічна та методологічна основа інформаційного забезпечення товарів. Актуальні проблеми товарознавства, торговельного підприємництва та захисту прав споживачів: міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Київ, 13 березня 2014 р.) : тези доп. К. : КНТЕУ, 2014. С. 16–170.
4. Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів. – Закон України від 6 грудня 2018 року № 2639-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2639-19/>.

**Височанська О. В.**

к.т.н.

Львівський торговельно-економічний університет,

**Шунькін В. М.**

завідувач відділу

Львівський НДЕКЦ МВС України

### **ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ЕКСПЕРТНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗА ФАКТОМ ПОЖЕЖІ ТА ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ, ЯКІ ВИНИКАЮТЬ ПІД ЧАС ПОЖЕЖНО-ТЕХНІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ**

Основними завданнями пожежно-технічної експертизи є: визначення місця і часу виникнення початкового горіння (вогнища пожежі, напрямку поширення горіння, особливостей пожежі); встановлення механізму виникнення і розвитку горіння а також виявлення обставин, що сприяють виникненню і розвитку пожежі.

Результативність експертизи визначається якістю та повнотою представлених експерту матеріалів, які включають:

- відомості про дату пожежі, місце і час її виявлення, погодні умови;
- характеристики згорілого об’єкта, дані про матеріали та вогнестійкість конструкцій;
- вид і навантаження на об’єкт горючого навантаження, локація і спосіб розміщення;

– докладні електричні схеми зовнішнього (трансформаторної підстанції) і внутрішнього електропостачання об'єкта (із зазначенням місцезнаходження вилучених електропроводників, електроприладів та установок), із відображенням розташування електрорубильників;

– види, кількість і місця дислокації освітлювальних і побутових приладів, силового електрообладнання, марки і довжина ділянок проводів та кабелів, способи їх прокладання (відкрито, в трубах та ін.);

– характеристики систем опалення, пожежогасіння та пристроїв електрозахисту;

– відомості про події, що передували пожежі та перебували в причинно-наслідковому зв'язку з його виникненням;

– ознаки, за якими була виявлена пожежа, умови її виявлення, особливості розвитку та гасіння пожежі, її загальна тривалість та наслідки;

– протоколи оглядів місця пожежі, які детально ілюстровані з кресленнями та схемами [1].

Одним із головним джерелом слідової інформації є протокол огляду місця події за фактом пожежі. Від якісного проведення первинного огляду місця події залежить повнота експертного дослідження і надання обґрунтованого та об'єктивного висновку.

Згідно наказу МВС України від 24.07.2017 р. №621 “Про затвердження Порядку спільних дій Національної поліції України, Державної служби України з надзвичайних ситуацій та Експертної служби Міністерства внутрішніх справ України під час проведення огляду місця пожежі, виявлення, припинення, попередження та розслідування кримінальних правопорушень та інших подій, пов'язаних з пожежами” існує порядок виїзду експертів та спеціалістів пожежотехніків на огляд місця події пов'язаних в виникненням пожежі:

– експертна служба МВС у межах повноважень забезпечує підпорядковані структурні підрозділи, які проводять судові пожежно-технічні експертизи та експертні дослідження (вибухотехнічні підрозділи Експертної служби МВС), необхідними технічними засобами, витратними матеріалами та обладнанням;

– ДСНС у межах повноважень за дорученням слідчого як керівника слідчо-оперативної групи здійснює відповідні заходи та виконує дії на місці пожежі, спрямовані на виявлення і фіксацію доказів, установлення обставин та причин виникнення пожеж, а також умов, що призвели до їх виникнення і поширення;

– керівники ГУНП у межах повноважень забезпечують виїзд керівників слідчих управлінь (відділів та відділень), вибухотехнічних підрозділів та кримінальної поліції на місця пожеж, унаслідок яких завдано збитків у розмірі однієї тисячі та більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян та/або загинуло дві і більше, постраждало три і більше осіб, для організації проведення якісних оглядів місць подій і слідчих (розшукових) дій, спільних дій з фіксації обстановки на місці пожежі, установлення причин пожеж та виявлення винних у їх учиненні осіб. Залучають відповідальних осіб територіальних органів ДСНС на місця пожеж, унаслідок яких завдано збитків у розмірі однієї тисячі та більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян та/або загинуло дві і більше, постраждало три і більше осіб, для організації проведення якісних оглядів місць подій і слідчих (розшукових) дій, спільних дій з фіксації обстановки на місці пожежі, установлення причин пожеж та виявлення винних у їх учиненні осіб;

– керівники вибухотехнічних підрозділів ГУНП: забезпечують залучення працівників вибухотехнічних підрозділів до проведення огляду місця події (пожежі), унаслідок якої загинуло дві та більше, постраждало три і більше осіб; площа пожежі складає 1000 та більше метрів квадратних; завдано збитків у розмірі однієї тисячі та більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян; відбулося загоряння більше двох транспортних засобів в одному місці, для організації проведення якісних оглядів місць подій, спільних дій з фіксації обстановки на місці пожежі та установлення причин пожеж [2].

Після проведення огляду місця події слідчо-оперативною групою Національної поліції до виїзду експерта на огляд, після призначення експертизи, нерідко проходить значний проміжок часу, що в свою чергу призводить до втрати слідової інформації, а саме:

–стає проблематичним виявлення слідів паливо-мастильних матеріалів в осередку пожежі;

–дослідження місця події після переміщення транспортного засобу після пожежі до іншого місця для подальшого зберігання;

–виявлення всіх ознак осередку пожежі після проведення прибирання на місці події.

З метою усунення проблемних питань під час проведення огляду місця події за фактом пожежі необхідно внести зміни до наказу МВС України від 24.07.2017 р. №621 “Про затвердження Порядку спільних дій Національної поліції України, Державної служби України з надзвичайних ситуацій та Експертної служби Міністерства внутрішніх справ України під час проведення огляду місця пожежі, виявлення, припинення, попередження та розслідування кримінальних правопорушень та інших подій, пов’язаних з пожежами”:

–слідчим слідчо-оперативних груп здійснювати первинний огляд місця події за фактом пожежі тільки за участю спеціаліста пожежотехніка із числа представників ДСНС або вибухотехнічних підрозділів, які мають відповідне обладнання для проведення огляду місця події;

–керівники інспекторів-криміналістів підрозділів ГУНП забезпечують залучення працівників своїх підрозділів до проведення огляду місця події (пожежі), унаслідок якої постраждали або загинули люди; площа пожежі складає від 10 метрів квадратних; завдано збитків у розмірі до однієї тисячі та більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян; відбулося загоряння транспортних засобів, для організації проведення якісних оглядів місць подій, спільних дій з фіксації обстановки на місці пожежі та установлення причин пожеж.

#### **Список використаних джерел**

1. Степаненко С. Г., Білкун Д. Г., Яник Я. М., Тимошук Ю. Т. Дослідження пожеж (Довідково-методичний посібник). Київ : Пожінформтехніка, 1999. 224 с.

2. Про затвердження Порядку спільних дій Національної поліції України, Державної служби України з надзвичайних ситуацій та Експертної служби Міністерства внутрішніх справ України під час проведення огляду місця пожежі, виявлення, припинення, попередження та розслідування кримінальних правопорушень та інших подій, пов’язаних з пожежами : Наказ МВС України від 24.07.2017 р. № 621. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0998-17>.

**Пушкар Г. О.**

к.т.н.

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ІНТЕР’ЄРНОГО ТЕКСТИЛЮ ДЛЯ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА**

Відомо, що в останні роки текстильний ринок України постійно наповнюється новими видами інтер’єрного текстилю і виробами з них. Постійне розширення асортименту інтер’єрного текстилю різних способів виробництва та цільового призначення обумовлює необхідність формування в Україні окремого спеціалізованого сегменту ринку інтер’єрного текстилю [1]. Створення та успішний розвиток такого ринку в Україні диктується низкою причин. Назвемо основні з них:

–збільшення обсягів будівництва приміщень житлового, адміністративного та культурно-побутового призначення, що вимагає їх відповідного художньо-естетичного оформлення з використанням різноманітних видів інтер’єрного текстилю;

–текстиль в оформленні інтер’єру – це один з основних й ефективних засобів створення затишку, гостинної атмосфери та комфорту в житлових, адміністративних і культурно-побутових приміщеннях;

–інтер’єрний текстиль широко користується попитом при оформленні приміщень готельно-ресторанного господарства та різних видів транспорту (залізничного, морського, річкового, авіаційного).



В даній роботі ми зупинимося на більш детальному розгляді деяких товарознавчих аспектів формування структури асортименту і властивостей інтер'єрного текстилю, який використовується для оформлення приміщень в готельних господарствах [1-4].

Для оформлення приміщень готелів, як і інших адміністративно-побутових приміщень, використовують різноманітні види інтер'єрного текстилю. А саме:

–порт'єрно-шторні текстильні матеріали і вироби (штори, порт'єри, тюлі, гардини, жалюзі);

–меблево-декоративні текстильні матеріали і вироби (покривала, декоративні подушки, чохли для меблів);

–текстильні матеріали і вироби для покриття підлоги і стін (килими, килимки, доріжки, паласи, ковроліни, циновки, панно, гобелени);

–постільна і столова білизна (простирадла, підковдри, наволочки, скатертини, серветки, рушники);

–постільні речі (ковдри, подушки, пледи, чохли для матраців);

–вироби з махрових тканин (рушники, халати, тапочки тощо).

Для асортиментного забезпечення вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю готельного призначення широко використовуються текстильні матеріали і вироби різних способів виробництва (килимового, тканого, нетканого, трикотажного та інших), волокнистого складу та будови вітчизняних й зарубіжних підприємств, фірм та компаній. Варто зазначити, що формування оптимальності структури асортименту інтер'єрного текстилю на даному ринку, оцінкою його якості та безпечності повинні займатися висококваліфіковані фахівці конкретного товарознавчого профілю, які володіють необхідними ключовими професійними компетентностями.

Відомо, що сьогодні гостро стоїть питання споживачів і ринку до рівня екологічної безпечності інтер'єрних текстильних матеріалів і виробів. Вимоги споживачів до якості інтер'єрного текстилю у всьому світі постійно зростають. Рівень екологічної безпечності інтер'єрних текстильних матеріалів і виробів є основним критерієм їх успіху та популярності на зарубіжних і вітчизняному ринках.

Варто підкреслити, що інтер'єрний текстиль готельного призначення експлуатується дуже інтенсивно, тому до нього ставляться окремі особливі вимоги. Інтер'єрні текстильні матеріали і вироби готельного призначення повинні бути стійкими до багаторазового прання (особливо стосується постільної білизни, скатертин, серветок), мати високу стійкість до світла та стійкість до бруду. У світовій практиці чітко спостерігається тенденція поповнення та розширення асортименту інтер'єрного текстилю для готелів сучасними видами текстилю з покращеними властивостями, а саме такі його види [2, 3]:

–порт'єрно-шторні текстильні матеріали, які володіють високою вогнестійкістю, атмосферостійкістю пофарбувань, брудовідштовхувальністю. Також для порт'єрно-шторних текстильних виробів готельного призначення важливою характеристикою вважається їх світлонепроникність (так званий ефект blackout);

–постільна і столова білизна із заданими властивостями брудовідштовхування, здатності до відпирання бруду, біостійкості, гідрофільності;

–текстильні матеріали і вироби для покриття підлоги і стін, які мають високу вогнестійкість, біостійкість, гідро- і олеофобність, здатність само очищуватися тощо;

–меблево-декоративні текстильні матеріали і вироби з необхідними властивостями вогнестійкості, брудовідштовхування, гідро- і олеофобності та ін.

Авторами роботи [2] розглянуто основні чинники формування сучасного асортименту текстильних матеріалів для готельного господарства. Основна увага приділена вимогам, які ставляться до інтер'єрного готельного текстилю різного цільового призначення.

В роботі [3] автором описано сучасні розробки в дизайні текстилю для інтер'єру, а також наведено сучасний інноваційний асортимент інтер'єрних текстильних виробів. Розглянуто використання інноваційних технологій, пов'язаних з виробництвом сучасного високотехнологічного інтер'єрного текстилю, який виготовляється відомими європейськими

компаніями.

Авторами роботи [4] розглянуто проблему надання порт'єрним текстильним матеріалам властивостей вогнестійкості. Доведено, що застосування нового вогнезахисного препарату Flame Stop надає вогнезахисних властивостей порт'єрним тканинам різного волокнистого складу.

Як свідчить аналіз літературних джерел і результати власних досліджень [1-4], сьогодні йде постійне розширення асортименту інтер'єрного текстилю різного цільового призначення з використанням для його виробництва різноманітних видів льоновомісної сировини. Також використовуються такі види інноваційної текстильної сировини як: бамбукові і кокосові волокна, волокна кропиви і ін. Особливо це стосується різноманітних видів столової та постільної білизни, а також порт'єрно-шторних матеріалів і виробів, меблево-декоративних матеріалів і виробів, текстильних матеріалів для покриття підлоги та стін і ін. Необхідно відзначити, що використання лляної та інноваційних видів сировини в текстильних матеріалах і виробках інтер'єрного призначення дозволить суттєво розширити та збагатити їх функціональне призначення. Необхідно відмітити, що серед інших груп текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення саме льоновомісні килимові покриття для підлоги і стін відіграють домінуючу роль у формуванні мікроклімату житлових і адміністративних приміщень.

#### **Список використаних джерел**

1. Пушкар Г. О. *Интер'єрний текстиль: товарознавчі аспекти формування асортименту та якості: монографія*. Львів: "Магнолія 2006", 2013 176 с.
2. Шелест О. *Текстильний батл: виробу з тканини в інтер'єрі готелю та ресторану*. Академія гостеприимства. 2019. № 3. URL: [hotel-rest.com.ua](http://hotel-rest.com.ua) › article › tekstilniy-batl-virobi-z-tkanini-v-interieri.
3. Маркова И. В. *Инновационные технологии в дизайне тканей для интерьера. Традиції та новації у вищій архітектурно-художній освіті*. 2015. Вип. 1. С. 118–123.
4. Осипенко Н. І., Колчева Д. В. *Оцінювання якості декоративних тканин за показниками займистості*. Вісник Київського національного університету технології і дизайну. 2013. № 4. С. 73–79.

**Пушкар Г. О.**

к.т.н.,

**Галик І. С.**

к.т.н., професор,

**Семак Б. Д.**

д.т.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ЕКОТЕКСТИЛЬ І НАНОТЕКСТИЛЬ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ НА СУЧАСНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ**

Як свідчить аналіз літературних джерел і результатів наших досліджень [1-5], в останні роки текстильний ринок екотекстилю та нанотекстилю України постійно розширюється. Це передусім стосується сучасного асортименту і унікальних властивостей одягу військового, спортивного, медичного та іншого спеціального призначення, які на сучасному ринку характеризуються великою популярністю.

Наведемо деякі приклади ключових критеріїв оцінки новизни окремих видів товарів названих груп при їх тестуванні на сучасному товарному ринку України та обґрунтуванні доцільності їх реалізації на даному ринку.

Візьмемо для прикладу сучасний костюм із екотекстилю та нанотекстилю для військових [2, 3]. На наше глибоке переконання цей костюм повинен володіти такими основними властивостями:

–необхідною куленепроникністю та заданою стійкістю до різноманітних хімічних і біологічних агресивних речовин військового призначення;

- заданою зносостійкістю, атмосферостійкістю, термостійкістю та формостійкістю;
- заданою гігієнічністю (гігроскопічністю, повітро- та паропроникністю);
- нормованим кольорам і відтінкам пофарбувань і їх стійкістю до дії світлопогоди, мокрих обробок та хімічних реагентів.

Окрім названих властивостей, такий костюм повинен володіти маскувальними властивостями пофарбувань, бути зручним при експлуатації, мати задані терміни експлуатації. Такий костюм повинен мати відповідний товарний вигляд.

Ряд характерних властивостей виявлено у формуванні структури асортименту та властивостей екотекстилю і нанотекстилю спортивного призначення. Назвемо більш перспективні та популярні серед них. При цьому характерні та специфічні властивості любого виду спортивного одягу із екотекстилю та нанотекстилю нерозривно пов'язані із конкретним видом того чи іншого виду спорту. Тому не випадково спортивний одяг із екотекстилю і нанотекстилю літнього та зимового спеціального призначення за своїм волокнистим складом, будовою, обробкою і властивостями суттєво відрізняється між собою. Це в свою чергу вимагає більш детального вивчення особливостей асортименту та властивостей даних видів спортивного одягу виготовленого з екотекстилю і нанотекстилю [3, 4]. Необхідно відзначити, що саме ці особливості властивостей названих видів спортивного одягу із екотекстилю і нанотекстилю повинні бути покладені в специфіку стандартизації структури їх асортименту та властивостей.

Створення окремого сегменту вітчизняного ринку медичного нанотекстилю відомо, обумовлено низкою причин. Назвемо основні з них [3-5]:

- постійний ріст попиту на нові види лікувальних нанопрепаратів різного цільового призначення;

- на основі нанотехнологій у фармацевтичній промисловості України, як і багатьох зарубіжних країнах, вже створено сотні лікувальних нанопрепаратів різного цільового призначення;

- обґрунтована концепція розвитку асортименту, якості, безпечності та ринку нанотекстилю медичного призначення в Україні;

- вивчено та обґрунтовано ризики, які виникають для здоров'я людини в результаті освоєння нанотехнологій та виробництва нанопродукції, включаючи медичний нанотекстиль;

- виявлені та узагальнені властивості наночастинок і наноматеріалів різної будови, придатних для використання в медичній промисловості України;

- узагальнені результати досліджень фахівців різного профілю (медиків, хіміків, біологів та інших) з метою мінімізації ризиків широкого використання нанотехнологій в сучасній медицині;

- виявлені та обґрунтовані суттєві переваги лікувальних нанопрепаратів над традиційними;

- вивчена та обґрунтована доцільність створення в Україні окремого сегменту нанотекстилю медичного призначення;

- обґрунтована доцільність проведення поглиблених досліджень властивостей, якості та безпечності медичних нанопрепаратів різного цільового призначення;

- обґрунтована потреба більш глибокого та усестороннього вивчення зарубіжного досвіду використання нанотекстилю в медицині.

Очевидно, що успішне вирішення піднятих питань вимагає широкого використання у практиці дослідження асортименту, властивостей, рівня якості та безпечності екотекстилю, нанотекстилю та виробів із них, сучасних комплексних прийомів товарознавчого та маркетингового аудиту та експертизи.

#### **Загальні висновки**

1. Як свідчить проведений аналіз літературних джерел і результатів власних досліджень, екотекстиль і нанотекстиль необхідно віднести до текстильних матеріалів елітного призначення, які доцільно використовувати для виготовлення найбільш важливих і

цінних виробів одягового, медичного, інтер'єрного та спеціального призначення.

2. Вважаємо за доцільне основні терміни і положення, що стосуються екотекстилю та нанотекстилю і виробів з них, класифікацію та характеристику їх видового асортименту, властивостей, рівня якості та безпечності оформити та затвердити у вигляді окремих галузевих стандартів для потреб сфери легкої промисловості та торгівлі України.

3. Вимоги до специфіки структури видового асортименту, властивостей, рівня якості та безпечності екотекстилю та нанотекстилю і виробів з них слід детально описати в підручниках і навчальних посібниках із текстильного, швейного та трикотажного матеріалознавства та товарознавства.

4. Існує нагальна потреба описати в цих підручниках сучасні методики товарознавчого та маркетингового аудиту названих питань.

5. Інформацію про асортимент, властивості, якість і безпечність екотекстилю та нанотекстилю і виробів з них необхідно пов'язати із відповідними ключовими компетентностями для фахівців товарознавчо-комерційного профілю сфери легкої промисловості та торгівлі України і внести їх у діючі освітні стандарти названих спеціальностей.

#### **Список використаних джерел**

1. *Високотехнологічні, конкурентоспроможні і екологічноорієнтовані волокнисті матеріали і вироби з них / П. А. Глубіш, Ірклей В. М., Клейнер Ю. А. та ін. К.: Арістей, 2007. 264 с.*

2. *Кричевский Г. Е. Нано-, био-, химические технологии и производство нового поколения волокон, текстиля и одежды. М.: Изд-во "Известия", 2011. 528 с.*

3. *Галик І. С., Семак Б. Д. Проблеми формування та оцінювання екологічної безпечності текстилю: монографія. Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. 488 с.*

4. *Галик І. С., Концевич О. Б., Семак Б. Д. Екологічна безпека та біостійкість текстильних матеріалів. Львів: Видавництво ЛКА, 2006. 232 с.*

5. *Семак Б. Б. Проблеми формування ринку медичного нанотекстилю в Україні. Економіка та держава. 2015. № 3. С. 15–18.*

Котуха О. С.  
к.ю.н., професор,  
Чабан О. М.  
к.ю.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ОБСЛУГОВУЮЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції.

Основними принципами державної інноваційної політики є:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України;
- визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
- формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності;
- створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;
- ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва у науково-виробничій сфері;
- здійснення заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;
- фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової і митної політики у сфері інноваційної діяльності;
- сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;
- інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;
- підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності [1].

В пріоритетах державної інноваційної політики України та багатьох розвинених країн визначено використання різних форм організації виробництва й управління, що дає синергетичний ефект у розвитку аграрної сфери та сільських територій. У сучасній науковій літературі до найважливіших завдань інноваційного розвитку сфери агропромислового комплексу належить формування інноваційної інфраструктури, що передбачає створення структур для фінансування інноваційної діяльності, більш ефективного просування продукції та послуг на ринку тощо. Інноваційний розвиток визначається рівнем формування та використання відповідного потенціалу, що складається із сукупності ресурсів і факторів, які дають змогу здійснювати таку діяльність. До аграрного інноваційного потенціалу насамперед належать науково-технічні розробки для агропромислового виробництва, а також ресурсна та інституційна забезпечувальна система інноваційного розвитку агропромислового комплексу. До ресурсного блоку належить фінансове, кадрове, матеріально-технічне та інформаційне забезпечення. Інституційний блок, поряд з організаційно-економічним, інфраструктурним і нормативно-правовим забезпеченням, включає розвиток інноваційно орієнтованих форм господарювання [2, с. 56].

Для ефективного досягнення мети інноваційної політики публічного управління насамперед необхідно чітко сформулювати пріоритети. Кооперація як система соціально-економічних відносин суттєво впливає на розвиток країни. Одним із головних національних

пріоритетів має стати розбудова інституту кооперації, що є найбільш важливим важелем впливу на розвиток сільських територій. Суттєве значення в комплексному розвитку територіальних громад має саме обслуговуюча кооперація, що стала поширеною формою кооперативного руху у XX – XXI ст. В її основі лежать прийняті Міжнародним кооперативним альянсом і схвалені Міжнародною організацією праці й Організацією Об'єднаних Націй принципи. В кооперативному секторі світової економіки зайнято більше ніж 800 млн осіб, а послугами таких підприємств (організацій) користується близько половини населення планети [3, с. 102]. Кооперативні організації надають різноманітні послуги фермерам, особистим селянським господарствам і сільському населенню у сферах газо- та водозабезпечення, обслуговування інших інженерних споруд, надання житлово-комунальних, ремонтно-будівельних, логістичних, інформаційно-консалтингових, туристично-рекреаційних та інших сервісних послуг. Як особливий суспільно-господарський інститут кооперація слугує об'єднуючим елементом формування та реалізації колективного інтересу [4, с. 7].

Кооперація обслуговуючого типу допомагає сільським жителям вирішувати багато проблем, що існують у суміжних із галуззю сільського господарства сферах діяльності. Такі кооперативи порівняно з некооперованими господарствами основні оборотні засоби для своїх членів купують з меншими витратами (за рахунок великих обсягів), тим самим підвищуючи попит господарюючих суб'єктів села на науково-технічні досягнення, залучаючи капітал в інноваційні технології. Збутові обслуговуючі кооперативи допомагають сільським товаровиробникам успішно вирішувати проблеми, пов'язані з просуванням їх продукції на вигідні ринки, значно скорочуючи трансакційні витрати. Кредитні кооперативи вирішують проблему, пов'язану з фінансуванням інноваційної діяльності на селі, надаючи своїм членам позики на пільгових умовах. Слід звернути увагу, що унікальний потенціал сервісної кооперації допомагає у вирішенні багатьох соціальних питань, а саме: забезпечення сталого розвитку сільських територій, вирішення проблем зайнятості населення, підвищення рівня життя (соціокультурний тип інновацій). Соціально-економічна роль інноваційного розвитку обслуговуючої кооперації сільських територій з позицій удосконалення принципів публічного управління ґрунтується на сутнісних особливостях цієї форми та визначається специфікою [3, с. 105].

Інноваційний розвиток обслуговуючої кооперації включає в себе перехід до нової системи управління кооперативним сектором на основі взаємодії органів державної влади і територіальних громад, в активному поєднанні з використанням розробленого комплексу заходів стимулювання та підтримки. Питання інноваційного розвитку обслуговуючої кооперації сільських територій, що ґрунтується на взаємодії держави, об'єднаних територіальних громад й обслуговуючих кооперативів як основоположного складника сформованої нової інституційної структури, є вагомим і актуальним питанням, що запрошує до конструктивного діалогу зацікавлені сторони.

#### **Список використаних джерел**

1. Про інноваційну діяльність. Закон України від 04.07.2002 № 40-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 36, ст.266. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Розвиток обслуговуючої кооперації в сільському господарстві : монографія / за ред. В. Збарського. Київ : ННЦ ІАЕ, 2010. 224 с.
3. Приліпко С. М. Інноваційний розвиток обслуговуючої кооперації сільських територій: публічноуправлінський аспект. Державне управління та місцеве самоврядування. 2018. Вип. 2. С. 102–108.
4. Зіновчук В. В. Організаційно-правові засади становлення сільськогосподарської кооперації в Україні. Вісн. Житомир. нац. агрокол. ун-ту : наук.-теорет. зб. 2012. No 1(2). С. 3–12.

Котуха О. С.  
к.ю.н., професор,  
Воронко Н. Р.  
студент

Львівський торговельно-економічний університет

## ПРИЗНАЧЕННЯ ТЛУМАЧЕННЯ НОРМ ПРАВА ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Питання щодо тлумачення норм права зберігає свою актуальність на сьогоднішній день. Відсутність тлумачення норм права, призвела би до таких проблем, як непорозуміння, сварки та інші конфлікти, які з'являються в юридичній практиці, зокрема при вирішенні юридичних справ на підприємствах і організаціях споживчої кооперації. Тому тлумачення цього терміну є важливим як для суб'єктів права, так і для інших суб'єктів, які прагнуть вирішити конкретні проблеми.

Загалом тлумачення норм права здійснюється компетентними суб'єктами з метою правильного розуміння змісту цих норм та їх реалізації. Більш детально тлумачення здійснюється юристами-науковцями в наукових працях (монографіях, наукових статтях), науково-практичних коментарях нормативно-правових актів. Воно покращує розуміння права різними суб'єктами, впливає на правотворення і реалізацію права, в першу чергу – на правозастосовну діяльність.

Якщо звернутися до тлумачного словника, то термін “тлумачити” означає: визначати зміст, роз'яснити, з'ясувати суть чого-небудь; давати якесь пояснення.

Кожна правова норма, яка існує у сьогоднішній юридичній практиці потребує тлумачення перш за все для того, щоб краще її зрозуміти та щоб у майбутньому не виникали непорозуміння під час її застосування. У більшості випадків, не буває норм, які не вимагали б тлумачень. Правильне тлумачення потрібне для реалізації усіх правових норм, таких як: використання, дотримання, виконання та, особливо, коли йде мова про їх застосування.

Питання тлумачення норм права є традиційним у юридичній науці, а визначення норм права посідає значне місце у процесі правореалізації. Воно є найважливішою умовою їх правильного розуміння і застосування. Якщо не було б тлумачення, процес правореалізації був би вкрай важким, а в окремих випадках взагалі неможливим. Необхідність у тлумаченні підтверджена багатовіковим правовим досвідом та юридичною практикою.

Окремі науковці звертають увагу на те, що актуальність тлумачення норм права зумовлена їх юридичною формою, тобто застосуванням у нормах права спеціальних юридичних термінів або термінів з інших галузей знань, які не мають аналогів у звичайній мові [1].

В юридичній науці існує багато різних прикладів тлумачення норм права. Кожен автор інтерпретує це визначення згідно своїх переконань. Тому розглянемо окремі з цих визначень.

Так, на думку С. Лисенкова тлумачення норм права – це діяльність суб'єктів щодо усвідомлення і роз'яснення дійсного змісту правових норм з метою забезпечення обґрунтованої і повної реалізації їх приписів [2, с. 200].

Інший вчений зазначає, що тлумачення норми права – це спеціальна діяльність офіційних та неофіційних суб'єктів суспільних відносин, спрямована на з'ясування і роз'яснення змісту і значення нормативно-правових актів, понять, термінів і така, що може бути виражена в актах тлумачення (інтерпретаційних актах) [3, с. 193].

В. Червонюк визначає цю категорію як “певний різновид соціального пізнання, тобто процес пізнання думок правотворчого органу, що пов'язаний з отриманням достовірних даних про зміст норми права” [4, с. 536].

На думку Д. Березовського тлумачення норми права – це інтелектуально-вольова діяльність по з'ясуванню і роз'ясненню змісту норм права з метою найбільш правильної реалізації [5, с. 212]. О. Скакун вважає, що тлумачення норм права – це розумова інтелектуальна діяльність суб'єкта, що пов'язана зі встановленням їх точного значення, змісту [6, с. 404].

Окремі вчені трактування правових норм характеризують як інтелектуальну діяльність, що направлена на розкриття значущого змісту правових норм [7, с. 253].

Якщо розглядати правові відносини, що супроводжують діяльність кооперативних підприємств і організацій, то вони регулюються кооперативним правом. Кооперативне право є окремою галуззю права та сукупністю правових норм, якими регулюються правовий статус кооперативів, права та обов'язки їх членів, відносини кооперативної власності та відносини між кооперативами і державою.

Як і будь-яка галузь права кооперативне право має власні нормативно-правові джерела, основними з яких є Конституція України і закони України “Про кооперацію” та “Про споживчу кооперацію”. Відповідно до ст. 5 закону України “Про кооперацію”, законодавство про кооперацію базується на нормах Конституції України і Цивільного кодексу України, закону “Про кооперацію”, інших нормативно-правових актів з питань кооперації. Також, ст. 4 закону України “Про споживчу кооперацію” зазначає, що відносини, пов'язані із створенням і діяльністю споживчої кооперації, регулюються цим Законом та іншими законодавчими актами України.

Тобто, як окрема галузь кооперативне право має свою структуру, визначену особливостями кооперативних відносин, регульованих цим правом і включає кооперативно-правові норми, систематизовані у визначеному порядку. Потрібно також відмітити, що специфікою кооперативного права є більше застосування, у порівнянні з іншими сферами правового регулювання, актів дозвільної, санкціонованої і делегованої правотворчості, що вимагає обов'язкового тлумачення правових норм.

На основі дослідження трактування норм права різними науковцями, можна дійти до висновку, що незважаючи на окремі відмінності, у всіх наведених визначеннях зберігається змістовна сутність цієї категорії. На нашу думку, тлумачення норм права – це фахова діяльність суб'єктів суспільних відносин, зосереджена на з'ясуванні і роз'ясненні змісту й значення законодавчих та нормативно-правових актів, термінів, яка знаходить відображення у актах тлумачення і спрямована на забезпечення повної реалізації їх вимог.

Таким чином, тлумачення норм права є актуальним питанням сьогодення. Тлумачення норм права займає важливе місце у розгляді та вирішенні юридичних питань, що стосуються діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації.

#### *Список використаних джерел*

1. Саміло Г. О. Проблеми тлумачення правових норм: навч.-метод. посіб. Запоріжжя : ЗНТУ, 2017. URL: [http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2670/1/Samilo\\_Problems\\_of\\_interpretation.pdf](http://eir.zntu.edu.ua/bitstream/123456789/2670/1/Samilo_Problems_of_interpretation.pdf).
2. Лисенков С. Л. Загальна теорія держави і права: навч. посіб. К. : “Юристконсульт”, 2006. 355 с.
3. Осауленко О. І. Загальна теорія держави і права: навч. посіб. К. : Істина, 2007. 336 с.
4. Червонюк В. І. Теорія государства и права: учебник. М. : ИНФА-М, 2006. 704 с.
5. Теорія государства и права: учебник / Отв. ред. А. В. Малько. М. : КНОРУС, 2006. 400 с.
6. Скакун О. Ф. Теорія держави і права: підручник. Пер. з рос. X. : Консум, 2006. 656 с.
7. Крестовская Н. Н., Матвеева Л. Г. Теорія государства и права: Элементарный курс. X. : Одиссей, 2007. 384 с.

**Федик Є. І.**

к.ю.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ДО ПИТАННЯ ПРО ВІДУМЕРЛУ СПАДЩИНУ**

**Спадщина** є однією з невідемних **складових** такої ключової категорії цивільного права як **власність**. Відповідно їй регламентується право її набуття у власність. Спадщина є матеріальною категорією, яка включає в себе як права так і обов'язки спадкодавця, що набуті ним за життя. Разом з тим, у положеннях законодавчих актів України напряду визначення спадщини **не надається**, а лише характеризується у контексті майна та наявності майнових прав-обов'язків.

Особисті немайнові права не входять у спадкову масу. Однак, нематеріальний аспект спадщини все ж таки можна побачити, зокрема при спадкуванні матеріальних об'єктів авторського права, коли спадкоємець (для прикладу – приймаючи у спадок художній твір спадкодавця-автора), не може ігнорувати захищене авторське право чи допускати його порушення.



За змістом Конституції України та Цивільного кодексу України спадщина є сферою приватно-правового регулювання, оскільки держава не включена в перелік суб'єктів черг спадкування і може спадкувати лише в порядку заповіту.

Цивільний кодекс України (стаття 1277) увів у цивільно-правовий обіг нове поняття “відумерла спадщина”. Уведене нове поняття є доцільним, незважаючи на його подібність до поняття виморочна спадщина, оскільки юридична оцінка правового режиму цих понять має свої відмінності. Насамперед у тому, що питання про визнання спадщини відумерлою вирішується не за фактом відсутності (нез'явлення, усунення, відмови, неприйняття) спадкоємців, а за **рішенням суду**. У цьому контексті виправданою є відмова українського законодавця від поняття виморочне майно, оскільки воно певною мірою має конфіскаційний зміст.

У змісті Ст. 1277 ЦК України законодавець не подає самого визначення поняття відумерла спадщина, визначивши лише процедурні питання такого визнання, що зобов'язує орган місцевого самоврядування за місцем відкриття спадщини подати до суду заяву про визнання спадщини відумерлою. Особливістю цього правонаступництва є те, що, в кінцевому результаті, настання права власності на таку спадщину пов'язується не з **правом** органу місцевого самоврядування на звернення до суду, а його **обов'язком** на таке звернення (на відміну від загальних правил спадкоємства), звісно ж – із дотриманням процедурних правил. Разом з тим, прийняття відумерлої спадщини є особливим процесом, оскільки територіальна громада не є суб'єктом спадкування за законом, вона не може у цьому часі бути і спадкоємцем за заповітом (спадкодавець при визнанні спадщини відумерлою вже не може скласти заповіт), тому прийняття такої спадщини не може реалізовуватись в порядку загальних правил спадкування.

**Суб'єктом** спадкового правонаступництва відумерлої спадщини Цивільний кодекс чітко визначає **територіальну громаду** за місцем відкриття спадщини чи знаходження майна

Оскільки **суб'єктом** набуття права власності на відумерлу спадщину є територіальна громада (в особі її органу місцевого самоврядування) на території якої перебуває об'єкт відумерлої спадщини то виникає резонне запитання: якщо територіальна громада не входить в коло спадкомців, але набуває у власність відумерлу спадщину, то чи варто такий перехід власності називати спадкуванням. Риторичність зазначеного підтверджує й те, що процес (процедура) такого переходу реалізовується **не в порядку** загальних правил спадкування.

Тому набуття територіальною громадою **права** власності на відумерлу спадщину відбувається не за правом спадкування. На думку окремих науковців таке набуття містить в собі елементи зберігання, оскільки (відповідно до змісту ч. 2 ст. 1280 ЦК України) у разі пред'явлення вимог спадкоємця, що пропустив строк для прийняття спадщини, що була визнана відумерлою, територіальна громада повинна повернути спадкове майно законним правонаступникам спадкодавця, якщо воно збереглося в натурі, або виплатити грошову компенсацію (у разі його продажу). Також на територіальну громаду покладається обов'язок задовольнити вимоги кредиторів спадкодавця (ч. 4 ст. 1277 ЦК). Таким чином, концепція спадкового правонаступництва відумерлої спадщини територіальною громадою носить сингулярний характер.

Територіальна громада стає власницею відумерлого майна з моменту вступу в законну силу рішення суду про визнання спадкового майна відумерлим, що фактично є підставою для набуття права комунальної власності. Тому **принципового** значення тут надається не стільки майну, як об'єкту спадщини, а **визнанню саме права**, на підставі якого і здійснюватиметься такий перехід.

На сьогодні не до кінця врегульовані практичні питання щодо прийняття-оформлення відумерлої спадщини у випадках коли спадкове майно знаходиться поза межами України чи неможливо встановити місце відкриття спадщини по причині знаходження майна на різних адміністративних територіях. Окремо стоять питання строків звернення територіальної громади щодо визнання спадщини відумерлою (граничні строки не встановлені); вирішення боргових питань спадкодавця; забезпечення прав орендарів земельних ділянок та низка інших. У ближчій часовій перспективі виникнуть і питання щодо визначення конкретного належного суб'єкта власності на відумерлу спадщину в ОТГ (об'єднаній територіальній громаді у склад якої

входитимуть декілька населених пунктів), що свідчить про необхідність на законодавчому рівні регламентувати зазначені проблемні питання.

Цікавим є й те, що законодавець не встановлює як порядку використання відумерлої спадщини, так і “застережного” строку протягом якого відумерле майно не може бути відчуженим.

Видається, що стосовно порядку використання відумерлої спадщини територіальна громада самостійно вирішує його долю: майно стало власністю громади, котра за положеннями про право власності має повноваження по володінню, користуванню та розпорядженню ним, а орган самоврядування громади приймає доцільне колегіальне рішення щодо його практичного використання на користь громади. Знову ж таки, при завершенні в Україні питань адміністративно-територіального устрою, децентралізації повноважень органів влади необхідним буде уточнити повноваження територіальної громади щодо такого майна.

Не зовсім доречним у наукових дослідженнях є згадування про зберігання територіальною громадою майна відумерлої спадщини (на випадок появи законного спадкоємця, якому судовим рішенням продовжено строк на прийняття спадщини). Територіальна громада набула зазначене майно у власність і реалізовує свої повноваження за загальними правилами, тому вести мову про якесь зберігання видається не коректним.

Беручи до уваги запровадження в Україні адміністративно-територіальної реформи не важко спрогнозувати майбутні проблемні питання законодавчого та практичного характеру щодо правового регулювання відносин у сфері відумерлої спадщини.

#### **Список використаних джерел**

1. Цивільний кодекс України: Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 40-44, ст. 356.
2. Порядок вчинення нотаріальних дій посадовими особами органів місцевого самоврядування, затвердж. наказом Міністерства юстиції України від 11.11.2011 р., № 3306/5. Офіційний вісник України від 02.12.2011 р., № 91. 172 с. Ст. 3312.
3. Порядок вчинення нотаріальних дій нотаріусами України: затв. Наказом Міністерства юстиції України від 22.02.2012 № 296/5.
4. Жук Л. Б. Правовий статус територіальної громади в контексті особливостей правової природи та процедури визнання спадщини відумерлою. Актуальні проблеми цивільного, сімейного та міжнародного права (Матвеевські цивілістичні читання): матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 10 листоп. 2011 р.). Київ: Алерта, 2012. С. 188–190.
5. Ромовська З. В. Українське цивільне право. Спадкове право. Київ. 2018.

**Сыроед Т. Н.**

к.э.н., профессор,

**Сиротко Ю. С.**

к.э.н., старший преподаватель

УО “Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации”

г. Гомель, Республика Беларусь

## **СОВРЕМЕННЫЙ МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

В современных экономических реалиях актуализируются вопросы существенного реформирования социально-трудовых отношений, следовательно, требуется изучение опыта развитых стран и союзов по управлению социально-трудовыми отношениями. Одно из направлений, выбранных нами для изучения, является аутстаффинг.

Сегодня в большинстве развитых стран аутстаффинг рассматривается как необходимый элемент рынка труда. Как свидетельствует опыт развитых стран Европы и США, субъекты хозяйствования, использующие труд “заемных” работников, могут существенно экономить на налогах, связанных с оплатой труда, и расходах по содержанию кадровых служб, а также на выплатах отпускных и пособий по временной нетрудоспособности. В то же время законодательство ни Республики Беларусь, ни Союзного государства Беларуси и России вообще

не содержит понятия “аутстаффинг”.

Мировая практика накопила определенный опыт по применению аутстаффинга в управлении персоналом. Так, Международная организация труда (МОТ) признала заемный труд законной сферой деятельности. В 1997 г. на 85-й сессии МОТ были приняты Конвенция № 181 и Рекомендация № 188 в отношении частных агентств занятости. В Конвенции допускается найм работника специально для предоставления его третьим лицам (юридическим или физическим) в целях использования его труда в своих интересах, а также предусматривается минимальный набор социальных гарантий. Государство, где применяется заемный труд, должны предоставить работникам, привлекаемым на условиях агентской занятости, определенные гарантии и защиту: свобода объединений, ведение коллективных переговоров, минимальная заработная плата, продолжительность рабочего времени, пособия по социальному обеспечению, возможность профессиональной подготовки, безопасность труда и др. (ст. 11) [1]. Конвенция № 181 ратифицирована 14 государствами, однако ни Российская Федерация, ни Республика Беларусь в их число не входят.

В связи с внесением изменений в Трудовой кодекс Республики Беларусь о новой форме трудовых отношений – дистанционная работа [2], особую значимость приобретают вопросы совершенствования механизма управления трудовыми ресурсами и особенности правового регулирования в данной сфере.

Под аутстаффингом следует понимать метод управления трудовыми ресурсами с применением трехсторонней модели трудовых отношений, предполагающей вывод сотрудника (аутстаффера) за штат организации-заказчика и оформление его в штат организации-провайдера для дальнейшего предоставления его услуг организации-заказчику за соответствующее вознаграждение с определением его рабочего места по месту предоставления работы [3, с. 37].

Итак, сотрудник продолжает трудиться на прежнем месте и выполнять свои прежние обязанности, однако обязанности нанимателя выполняет организация-провайдер. Между организацией-заказчиком и организацией-провайдером заключается гражданско-правовой договор о предоставлении персонала, между организацией-провайдером и работником – трудовой договор. При этом организация-заказчик формально связана с работником гражданско-правовыми отношениями.

Рассматривая особенности использования аутстаффинга, необходимо отметить, что перевод персонала из организации-заказчика в организацию-провайдер осуществляется по заявлению работника (письменное согласие на перевод) или по просьбе “нового работодателя” в соответствии с правилами Трудового кодекса. Первая организация отправляет запрос о возможности перевода работника (состава работников), вторая – письмо-ответ о согласии на перевод конкретного работника или состава работников (список должен прилагаться). Следующим этапом является расторжение организацией-заказчиком трудового договора: издание приказа об увольнении сотрудника, внесение записи в трудовую книжку (уволен в связи с переводом).

В рамках оказания услуг по договору аутстаффинга организация-провайдер заключает трудовой договор с “переведенным” работником, что сопровождается соответствующим документооборотом: заявление работника, приказ о приеме на работу в порядке перевода, запись в трудовую книжку (принят на работу в связи с переводом).

С точки зрения организации-заказчика, можно выделить следующие преимущества аутстаффинга: возможность регулирования численности работников без потери квалифицированных кадров; рационализация расходов на содержание персонала; выстраивание новых, более гибких схем отношений с профсоюзами; использование на временном проекте заранее отобранных работников; возможность применения упрощенной системы налогообложения в результате сокращения штатных единиц; эффективное удовлетворение временных потребностей в трудовых ресурсах в разных организациях, входящих в одну систему; усиление инвестиционной привлекательности и улучшение репутации организации в результате повышения финансовых показателей в расчете на одного сотрудника; использование

услуг специализированного агентства для решения кадровых проблем и снижения рисков в данной области.

Анализ зарубежного опыта кадровых компаний, а также публикаций по рассматриваемой проблеме в специализированной научной литературе позволяет сделать вывод о том, что основное преимущество для субъектов хозяйствования, внедривших аутстаффинг, заключается в возможности концентрироваться на основной деятельности.

С точки зрения интересов “переведенных” работников, аутстаффинг может рассматриваться как возможность, во-первых, предоставления новых рабочих мест; во-вторых, увеличения заработной платы за счет совершенствования системы управления трудовым потенциалом организации. Кроме того, по аналогии с бизнесом на Западе целесообразно предусмотреть варианты выплаты сотрудникам бенефитов.

Изучение зарубежного опыта развития аутстаффинга как законодательно оформленной услуги с четко обозначенными организационным, экономическим и правовым механизмами практической реализации приводит к выводу о возможности его применения в Республике Беларусь при условии адаптации организаций к процессу осуществления аутстаффинговых взаимоотношений, а также разработки проектов законодательных и программных документов в соответствующей области государственного регулирования:

1. Проект Указа Президента “Об аутстаффинговой деятельности в Республике Беларусь”;
2. Законопроект, регулирующий предоставление услуг “арендованных” работников;
3. Законопроект “О защите прав работников, выводимых за штат действующей организации и оформляемых в штат организации-провайдера”;
4. Программа развития аутстаффинга в Республике Беларусь.

В качестве одной из важнейших проблем следует отметить отсутствие законодательного регулирования в области аутстаффинга, что порождает многочисленные вопросы в социально-трудовых отношениях между участниками и затрудняет его эффективное использование в практическом аспекте.

Для решения проблем в правовой и экономической сферах необходимо предусмотреть разработку ряда нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в области аутстаффинговых отношений с позиций совершенствования государственного регулирования.

Содержание и ведущие позиции основных документов по регулированию аутстаффинга в Республике Беларусь рассмотрены в табл. 1.

*Таблица 1*

**Основные документы по регулированию аутстаффинга в Республике Беларусь**

Нормативный документ	Содержание
Проект Указа Президента “Об аутстаффинговой деятельности в Республики Беларусь”	В документе необходимо: - предусмотреть предмет регулирования – трудовые отношения, возникающие между участниками аутстаффинга, цель – регулирование трудовых отношений между организацией-заказчиком, работником, организацией-провайдером; - определить ключевые термины и понятия в данной области (аутстаффинг, организация-заказчик, организация-провайдер, аутстаффер); - прописать схему осуществления аутстаффинга; - рассмотреть основные положения договора аутстаффинга, в том числе в части регулирования трудовых отношений, социальной защиты аутстафферов.
Законопроект “О защите прав работников, выводимых за штат действующей организации и оформляемых в штат организации-провайдера”	В документе необходимо: - отразить меры по защите прав работников, выводимых за штат; - определить права работников на труд и получение ими соответствующей заработной платы, социальных льгот и дополнительных выплат; - прописать основные понятия (аутстаффинг персонала, участники аутстаффинговых отношений); - урегулировать обязанности организации-провайдера и организации-заказчика по отношению к работнику; - обосновать основные моменты Положения “О создании в организации советов трудовых коллективов и профсоюзов”
Программа повышения мотивации аутстафферов	В документе необходимо предусмотреть положение о соблюдении прав аутстафферов, равенстве оплаты их труда с работниками постоянного состава, выплате льгот и компенсаций

Таким образом, практическое применение аутстаффинга в Республике Беларусь возможно при условии адаптации организаций к процессу осуществления аутстаффинговых взаимоотношений, разработки практических рекомендаций по оценке эффективности использования аутстаффинга, а также проектов законодательных и программных документов в области его правового регулирования.

#### **Список использованных источников**

1. *О частных агентствах занятости : конвенция Международ. орг. труда, № 181 : [принята в г. Женеве 19.06.1997 г.] / Подбор кадров.ru : сообщество менеджеров по подбору персонала. URL: <http://www.podborkadrov.ru/documents/detail.php?ID=16325>.*
2. *Гражданский кодекс Республики Беларусь. М-во труда и социальной защиты Республики Беларусь. URL: [http://mintrud.gov.by/ru/search\\_ru/getResults/?search\\_str=гражданско-правовой+договор&x=9&y=10](http://mintrud.gov.by/ru/search_ru/getResults/?search_str=гражданско-правовой+договор&x=9&y=10).*
3. *Шатовицкая Ю. С. Управление трудовыми ресурсами организации на основе применения логистического подхода и аутстаффинга. Труд. Профсоюзы. Общество. 2014. Вып. № 4 (46). С. 37–41.*

**Гентош Р. Є.**  
к.ю.н., доцент,  
**Скальський К. Я.**  
студент

Львівський торговельно-економічний університет

### **ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ КОНЦЕСІЇ**

Договір концесії з'явився в українському законодавстві ще у 1999 р. з прийняттям Закону України “Про концесії”. Однак, цей договір не був достатньо поширеним у господарській практиці, його практичне застосування договору було складним, механізм передачі об'єктів у концесію передбачав багато організаційних перешкод, а гарантії прав інвесторів були недостатніми.

У зв'язку необхідністю покращення концесійного законодавства 3 жовтня 2019 року було прийнято новий Закон України “Про концесію” [2]. Правовою наукою ще належним чином не проаналізовано положення вказаного закону.

Однак новий закон не вирішив усіх проблем правового регулювання концесії. Водночас положення цього закону потребують спеціального дослідження цивілістичною наукою.

Відповідно до п. 11 ч. 1 ст. 1 згаданого закону концесія – це форма здійснення державно-приватного партнерства, що передбачає надання концесієдавцем концесіонеру права на створення та/або будівництво (нове будівництво, реконструкцію, реставрацію, капітальний ремонт та технічне переоснащення), та/або управління (користування, експлуатацію, технічне обслуговування) об'єктом концесії, та/або надання суспільно значущих послуг у порядку та на умовах, визначених концесійним договором, а також передбачає передачу концесіонеру переважної частини операційного ризику, що охоплює ризик попиту та/або ризик пропозиції.

Отже, концесія – це договірна форма державно-приватного партнерства. М. Дерябіна виділяє такі основні ознаки концесії [3, с. 66]: її предметом завжди є державна (муніципальна) власність, а також монополні види діяльності держави або муніципального утворення; одним із суб'єктів концесійної угоди виступає держава чи муніципалітет (в особі відповідних органів виконавчої влади); основна ціль – задоволення суспільних потреб; базується на договірній основі; передбачає зворотність предмета угоди, що надається приватному партнеру за плату, обумовлену в угоді.

Для суб'єктів концесійної діяльності передбачено спеціальний режим господарювання, який визначається з урахуванням особливостей, встановлених спеціальним законодавством [4, с. 71]. Спеціальним режим концесійної діяльності встановлено Законом України “Про концесію”.

Новий Закон України “Про концесію” та враховує позитивний міжнародний досвід реалізації концесійних проєктів. Цим законом внесено також зміни до низки законодавчих актів з метою приведення їх у відповідність до положень закону та усунення бар'єрів для реалізації концесійних проєктів. Норми нового Закону України “Про концесію” узгоджено з

положеннями Закону України “Про державно-приватне партнерство”, ст. 5 якого визначено, що однією з форм такого партнерства є концесійний договір.

Новий Закон України “Про концесії” має ряд суттєвих переваг у порівнянні з тими нормативними актами, які регулювали концесійні відносини раніше та певною мірою перешкоджали їх розвитку, зокрема:

- чітко визначає перелік сфер укладення договору концесії та учасників концесійної діяльності;
- визначає порядок ініціювання та прийняття рішення про концесію, процедуру проведення концесійного конкурсу та обрання концесіонера;
- спрощує механізм виділення земельних ділянок для здійснення концесійної діяльності;
- передбачає додаткові гарантії для учасників концесійної діяльності;
- виключає дію законодавства про публічні закупівлі на відносини, що виникають у зв’язку з виконанням концесійного договору;
- надає можливість заміни одного концесіонера на іншого;
- визначає процедуру переходу від оренди до концесії у випадку звернення орендаря;
- передбачає можливість вирішення спорів, які виникають у зв’язку з виконанням концесійного договору, міжнародному комерційному або інвестиційному арбітражу.

Разом з тим новий закон не позбавлений окремих недоліків.

П. 8 ст. 1 вказаного закону визначено, що концесіонер – це юридична особа-резидент України, яка отримала відповідно до цього закону об’єкт у концесію та виступає стороною концесійного договору. Ця норма необґрунтовано позбавляє можливості бути концесіонером фізичних осіб-підприємців, внаслідок чого вони перебувають у нерівному правовому становищі з юридичними юридичними особами. Таким чином обмежується конкуренція між потенційними концесіонерами. Хоча, на нашу думку, у випадку, коли концесіонером є фізична особа-підприємець є більше гарантій виконання концесійного договору, оскільки такий суб’єкт відповідає за своїми зобов’язаннями усім належним йому майном на відміну від багатьох юридичних осіб, учасники яких несуть відповідальність виключно у межах свого вкладу до статутного капіталу.

До недоліків закону, який негативно впливають на розвиток концесійної діяльності є можливість зміни умов виконання концесіонером концесійного договору. Так, зокрема, відповідно до ст. 36 закону обов’язок держави застосовувати до концесіонера законодавство, чинне на момент ухвалення угоди про концесію, не поширюється на зміни законодавства щодо питань оборони, національної безпеки, забезпечення громадського порядку й охорони довкілля, ліцензування, правил та умов надання суспільно значущих послуг на ринках у стані природних монополій. На нашу думку, випадків можливої зміни умов виконання занадто багато. З цього переліку варто виключити зміни законодавства у сфері ліцензування. Крім того, варто також з переліку підстав можливої зміни умов концесійного договору виключити зміну законодавства у сфері охорони довкілля, оскільки одним з етапів реалізації концесійного проекту є оцінка його впливу на довкілля.

Враховуючи викладене вище, варто зазначити, що новий Закон України “Про концесію” сприятиме розвитку концесії як договірної форми державно-приватного партнерства, оскільки більш чітко врегулює коло відносин, що виникають у зв’язку з укладанням та виконанням концесійного договору, встановлює належні гарантії прав суб’єктів концесійної діяльності. Разом з тим, згаданий закон потребує вдосконалення, зокрема:

- необхідно внести зміни у визначення поняття концесіонера, вказане у п. 8 ст. 1 закону, вказавши, що концесіонерами можуть бути також фізичні особи – підприємці;
- абз. 2 ч.2 статті 36 закону викласти у такій редакції :

“Зазначені гарантії не поширюються на зміни законодавства щодо питань оборони, національної безпеки, забезпечення громадського порядку, правил та умов надання суспільно значущих послуг на ринках у стані природних монополій.”

#### **Список використаних джерел**

1. Закон України “Про концесію” від 3 жовтня 2019 р. №155-IX. Офіційний вісник України. 2019. № 840. Ст. 2840.
  2. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика. Вопросы экономики. 2008. № 8. С. 61–77.
  3. Биканова А. В. Концесія як спеціальний режим господарювання. Форум права. 2010. № 4. С. 69–74.
- URL: <http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/FP/2010-4/10bavcrg.pdf>.

## **НОРМА МІЖНАРОДНОГО ПРАВА ЯК ПІДСТАВА ВИНИКНЕННЯ ЗОБОВ'ЯЗАННЯ ЗА КОНВЕНЦІЄЮ ПРО ЗАХИСТ ПРАВ ЛЮДИНИ І ОСНОВОПОЛОЖНИХ СВОБОД**

Ратифікація Верховною Радою України Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод (далі Конвенції) є безперечно одним з ключових кроків на шляху наближення українського правозастосування до європейських вимог [4]. Конвенція, що є перманентно дієвим механізмом правового регулювання міжнародних відносин динамічно увійшла до національного законодавства України. Суспільство відчуває гостру потребу у правовому регулюванні захисту прав людини. Основоположні права, що закріплені Конвенцією, є фундаментальними правами для повноцінного буття людини та важливим є саме гарантування і захист її особистих прав та свобод. Протягом десятиліть вчені, юристи – фахівці з міжнародного права розробляли і розвивали концепції щодо юридичної природи та змісту прав людини для найповнішого їх закріплення у нормативно-правових актах.

Однак сьогодення демонструє факти щодо необхідності здійснення не лише теоретичних напрацювань, а й аналізу юридичної сили окремих правових норм. Ключовими питаннями є визначення та надання відповідної юридичної сили окремим нормам прав людини, оскільки декларування та закріплення прав – це не завжди їхнє гарантування, що відповідно впливає на подальшу реалізацію гарантованих прав та ефективність їхнього захисту.

Нормативні аспекти у практиці ЄСПЛ привертають увагу українських вчених зокрема серед низки досліджень присвячених означеній тематиці є публікації Д. А. Гудими, С. П. Добрянського, Т. І. Дудаш, С. В. Шевчука та ін. Можливість застосування практики ЄСПЛ при вирішенні спорів було офіційно закріплено у 2006 р., прийняттям Закону України “Про виконання рішень та застосування практики Європейського суду з прав людини” [3]. Загальновизнана норма як будь-яка міжнародна норма є результатом узгодження волі держав спочатку щодо змісту самої норми, а потім її визнання як юридично обов’язкового правила поведінки. Загальновизнані норми відображають суттєві риси загального міжнародного права як права, загального для всіх держав, у тому числі держав, які належать до різних соціально-економічних систем.

У Преамбулі Статуту ООН вказано на необхідність створення умов, за яких можуть дотримуватись справедливість та повага до зобов’язань, що прописані в договорах та інших джерелах міжнародного права. В п. 3 ст. 2 Статуту ООН закріплено наступне: “...всі Члени ООН вирішують свої міжнародні спори таким чином, щоб не піддавати загрозі міжнародний мир і безпеку та справедливість” [5].

Слід зауважити, що ст. 2 Статуту ООН містить основні принципи міжнародного права, тобто його головні імперативні норми, що виражають основні закономірності розвитку світової спільноти. Вони мають вищу юридичну силу та обов’язковість до виконання для всіх суб’єктів міжнародного права. Відповідно всі інші норми цього права мають відповідати зазначеним принципам [5].

Загальновизнані принципи і норми міжнародного права як юридична категорія викликають багато дискусії через відсутність будь-якого кодифікованого джерела.

Зокрема, на Віденській конференції (1968-1969 рр.) було визнано нецільеспрямованим створення якого-небудь єдиного переліку, оскільки це могло спричинити незіставність з іншими нормами міжнародного права, які також відіграють доволі вагомую роль у регулюванні міжнародно-правових відносин [6, с.146]. Відомо, що загальновизнані принципи та норми міжнародного права є основою міжнародних договорів, котрі мають виконувати сторони, які укладають такі договори. Відповідно міжнародні договори – це

загальновизнані принципи та норми міжнародного права, покладені в основу багатосторонніх та двосторонніх угод суб'єктів міжнародних відносин.

Також слід зауважити, що Віденська Конвенція 1969 р., в якій закріплено поняття імперативної норми, стосується насамперед права міжнародних договорів та процесу укладення таких договорів.

У всіх демократичних державах людина та її права визнані найбільшою цінністю, тому є підстави та аргументи розглянути окремі права людини як норми з імперативним статусом. Особливої уваги потребують права, закріплені в Конвенції 1950 р., як основа для формування інституту імперативних норм захисту прав людини, оскільки створення такого інституту зумовить посилення механізму захисту, гарантування безпеки прав людини.

Доволі часто спостерігається неоднозначне тлумачення характеру імперативності норм міжнародного права, коли імперативна норма розглядається як така, порушення якої недопустиме. Таке розуміння цієї норми не відображає, по-перше, істинної специфіки таких норм, по-друге, призводить до неправильних за суттю висновків, допускаючи цим можливість існування поняття необов'язкових норм міжнародного права.

В національних системах права законодавець визначає імперативний чи диспозитивний характер конкретних норм цієї системи права, а в системі міжнародного права немає "єдиного верховного законодавця". І всі його функції щодо створення норм права взяли на себе основні суб'єкти цієї системи права – держави. Крім цього, держави за спільною згодою між собою на основі договорів визначають також і характер обов'язковості норми міжнародного права [1, с. 98].

Будь-яка норма навіть згідно з договором може бути підставою для виникнення зобов'язання. Такі норми можуть формуватись у практиці держав як звичаєві, так і безпосередньо ставати нормами загального міжнародного права. Ці норми формуються в результаті визнання державами положень, що містяться в резолюціях міжнародної організації чи конференції. Наприклад, таким чином набули значення норми, що містяться в Загальній Декларації прав людини 1948 р.

Коли право, будучи внутрішнім чи міжнародним, відображає сподівання суспільства й охоплює його уяву, набуває моральної та політичної сили вплив, який може бути рідко передбачений, і часто перевершує очікування законодавця.

Ті, хто вважає, що реальна політика означає тільки військову і політичну потужність, не винесли уроки з історії про силу ідей та іронію лицемірства. "Після цього широкого і загального дослідження про стан "цінностей" у світі, в якому ми живемо сьогодні, і його вплив на теорію та судову практику ми повинні тепер звернутися до конкретних прав людини та їх статусу як імперативної правової норми" [2].

Отже, враховуючи насамперед, значимість захисту та протидії порушенню прав людини, а також необхідність гарантування і виконання покладених на державу міжнародних зобов'язань, надання відповідної юридичної сили окремим нормам прав людини та особливого статусу нормам міжнародного права загалом є на часі.

#### **Список використаних джерел**

1. Бабін Б. В., Ковбан А. В. *Права людини та громадянське суспільство: навч. посіб.* Одеса: Фенікс, 2014. 258 с.
2. *Європейський Суд з прав людини. European Court of Human Rights Council of Europe, F-67075 Strasbourg cedex. URL: [http://www.echr.coe.int/Documents/Convention\\_UKR.pdf](http://www.echr.coe.int/Documents/Convention_UKR.pdf).*
3. Закон України "Про виконання рішень та застосування практики Європейського суду з прав людини" від 23.02.2006 № 3477 – IV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/go/3477-15>.
4. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод : з поправками, внесен. відповідно до положень Протоколів №№ 11 та 14 з Протоколами №№ 1, 4, 6, 7, 12 та 13). *Право України. 2010. № 10. С. 215–233.*
5. *Статут Організації Об'єднаних Націй та Статут Міжнародного Суду ООН. URL: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995\\_010](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_010).*
6. Талалаєв А. Н. *Венская Конвенция о праве международных договоров. Комментарий. М., 1997. С. 146.*



## СПОСОБИ НЕЗАКОННОГО РОЗГОЛОШЕННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ТАЄМНИЦЬ

Сучасна інформаційна глобалізація та швидке формування інформаційного простору в Україні визначили що одним актуальних завдань є забезпечення інформаційної безпеки людини, суспільства та держави від інформаційних загроз. Незаконна діяльність з розголошення професійних таємниць спричиняє компрометування інформації з обмеженим доступом. Наслідком злочинних посягань на інформаційну безпеку людини, суспільства та держави є поява в Україні “тіньового” ринку інформації з обмеженим доступом.

Розголошення професійних таємниць, як певний спосіб дій злочинця, може виражатися в окремій системі операцій і прийомів. Спосіб злочину свідчить про своєрідність злочинного посягання та вказує на те як, яким чином, шляхом використання яких сил і знарядь суб’єкт здійснює суспільно небезпечне діяння [2, с. 17]. Наукове дослідження способів розголошення професійних таємниць має особливе значення з погляду виявлення типових способів вчинення таких видів кримінальних правопорушень й дозволяє розв’язати завдання моделювання образу дій злочинців, що становлять окремий елемент криміналістичної характеристики злочинів – “спосіб злочину”.

Для визначення всіх проявів злочинних посягань на інформацію з обмеженим доступом, яка становить предмет різних видів таємниць, законодавець використовує різні терміни, зокрема такі, як: “незаконне збирання”, “незаконне використання”, “порушення”, “розповсюдження”, “розголошення” інформації. Термін “розголошення” як спосіб вчинення кримінального правопорушення, зустрічається у чотирнадцятих статтях Особливої частини КК України. Проте не розкрито його значення, не названо дії, які можна вважати кримінально-караним розголошенням. Розрізненні визначення поняття “розголошення” можна знайти у наукових джерелах, зокрема, у окремих монографічних дослідженнях.

Аналіз існуючих монографічних праць присвячених окремим кримінально-правовим проблемам кримінальних правопорушень, предметом яких є окремі види таємниць, дозволив дійти висновку, що до сьогоденішнього часу не існує однотайного визначення поняття “розголошення”.

Так., наприклад, О. Е. Радутний під розголошенням комерційної або банківської таємниці розуміє доведення її будь-яким способом до відома сторонньої особи за умов відсутності на це законних підстав. Незаконність розголошення полягає у відсутності належних підстав на доведення певної інформації до відома сторонньої особи [4, с. 143]. Це визначення розкриває сутність поняття “розголошення” з позицій кримінально-правової науки. Разом з тим, в сучасних наукових джерелах, де досліджуються проблеми забезпечення збереження окремих видів таємниць, а також розслідування злочинів щодо розголошення певних видів таємниць, надають спрощені визначення поняттю “розголошення”, як окремому способу вчинення кримінальних правопорушень.

Розголошення, як злочинне діяння, може проявлятися формі дії чи бездіяльності [1, с. 33]. Бездіяльність спричиняє розголошення таємниці у випадках надання можливості стороннім особам ознайомитися з таємницею шляхом порушення законодавчо встановлених правил зберігання, використання та застосування інформації. Проаналізувавши визначення поняття “розголошення”, що представлені у науковій літературі, можливо прийти до висновку, що на сьогодні, відсутнє однакове поняття сутності досліджуваного визначення. Кожне з визначень будується на перерахуванні окремих способів розголошення певних таємниць.

До основних ознак незаконного розголошення професійної таємниці, можна віднести:

- 1) розголошення професійної таємниці є психологічний акт спілкування, який передбачає безпосередній або опосередкований вплив злочинця на сторонню особу;
- 2) предметом

взаємодії (спілкування) є інформація з обмеженим доступом, яка становить професійну таємницю; 3) наслідком взаємодії є те, що професійна таємниця стає відомою сторонній особі, тобто тій яка не має законних підстав доступу до неї; 4) обмін інформацією, що складає предмет професійної таємниці є незаконним, тобто порушує законну заборону розголошення конкретної інформації з обмеженим доступом [4, с.126].

Отже, під розголошенням професійної таємниці розуміють систему дій під час спілкування (у широкому розумінні), яка передбачає незаконний обмін інформацією з обмеженим доступом, що відбувається за допомогою різних способів, знарядь і засобів (мовленнєвих, технічних), внаслідок чого інформація доводиться до відома сторонніх осіб.

Спосіб вчинення кримінального правопорушення у кримінально-правовій характеристиці злочинів щодо розголошення професійних таємниць має таку структуру: спосіб підготовки до вчинення, спосіб учинення, спосіб приховування злочину. Ці дії можуть бути вчинені у різний час, різними особами та мати різне кримінально-правове, кримінально-процесуальне та криміналістичне значення. Розголошення, може виявлятися, як в одиничній дії, так і у системі дій. Дії, які певним чином упорядковані відповідно до мети діяльності злочинця, утворюють певну структуру способу вчинення кримінального правопорушення як самостійної системи.

Способи розголошення професійних таємниць певній групі осіб можуть виражатися, як у єдиному, одиничному акті спілкування особи, обвинуваченої у кримінальному правопорушенні з певною групою осіб, так і навпаки мати декілька розрізнених у часі, самостійних епізодів спілкування. Серед видів розголошення професійних таємниць групі осіб можна виділити такі: 1) усне повідомлення професійної таємниці групі осіб (під час проведення нарад, колегій, засідань, занять, лекцій тощо); 2) письмове розголошення шляхом надсилання листів (електронних повідомлень) певній групі осіб; 3) передача групі осіб фото-, відео- документів або звукозаписів, що містять інформацію з обмеженим доступом. У випадках розголошення професійних таємниць шляхом доведення їх до невизначеного кола осіб, як правило, відбувається опосередковано за допомогою мереж електрозв'язку (телекомунікаційних мереж).

Отже, розголошення професійних таємниць як способу вчинення кримінального правопорушення є збірним поняттям, який передбачає виконання суб'єктом злочину дій із готування, вчинення та приховування кримінального правопорушення. Способи розголошення професійних таємниць є взаємопов'язаними та взаємообумовленими з іншими елементами кримінально-правової характеристики злочинів пов'язаних з розголошенням професійних таємниць, такими як “особа злочинця”, “предмет злочинного посягання”, “обстановка, час і місце вчинення злочину”, а також “знаряддя і засоби злочину”.

#### **Список використаних джерел**

1. *Кримінальний кодекс України: науково-практичний коментар* / Ю. В. Баулін, В. І. Борисов, С. Б. Гавриш та ін.; за заг. ред. В. В. Сташиса, В. Я. Тація; Вид. четверте, доповн. X. : ТОВ “Одіссей”, 2018. 1208 с.
2. *Панов Н. И., Щур Б. В. Об изучении способа совершения преступления в науках криминального цикла: междисциплинарный подход. Криминалист первопечатный. 2013. № 6. С. 17–33.*
3. *Резнікова Г. І. Сутність, види та класифікація способів розголошення професійних таємниць. Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского Серия “Юридические науки”. Том 26 (65). 2013. № 2-2. С. 121–130.*
4. *Рекомендації щодо подальшого розвитку вторинної медичної допомоги в Україні. Детальний опис та характеристики госпітальних (лікарняних) інформаційних систем: посібник підготовлено в рамках проекту Європейського Союзу “Сприяння реформі вторинної медичної допомоги в Україні”, Київ, 2009. URL: [http://www.eushc.com.ua/catalogs/4/54/99/412/lbook10\\_Hospital\\_ITsystems.pdf](http://www.eushc.com.ua/catalogs/4/54/99/412/lbook10_Hospital_ITsystems.pdf).*

**КРИМІНАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ПОРУШЕННЯ ПРАВИЛ КАРАНТИНУ**

17 березня 2020 року Президент України підписав закон “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19)”, який посилює відповідальність за порушення правил, направлених на забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя країни [1]. Цим законом було введено нову статтю у Кодекс України про адміністративні правопорушення та посилено кримінальну відповідальність за порушення санітарних правил і норм щодо запобігання інфекційним хворобам та масовим отруєнням, яка передбачена статтею 325 Кримінального Кодексу України ( далі – КК України).

У диспозиції частини 1 цієї статті словосполучення з “інфекційні захворювання” замінено на “інфекційні хвороби”, що відповідає назві та змісту Закону України “Про захист населення від інфекційних хвороб” від 6 квітня 2000 р. [2]. Відповідно до ст. 1 цього Закону інфекційними хворобами визнаються розлади здоров’я людей, що викликаються живими збудниками (вірусами, бактеріями, рикетсіями, найпростішими, грибками, гельмінтами, кліщами, іншими патогенними паразитами), продуктами їх життєдіяльності (токсинами), патогенними білками (пріонами), передаються від заражених осіб здоровим і схильні до масового поширення. Серед інфекційних хвороб виділяють небезпечні та особливо небезпечні. Небезпечні інфекційні хвороби – інфекційні хвороби, що характеризуються важкими та (або) стійкими розладами здоров’я в окремих хворих і становлять небезпеку для їх життя та здоров’я. Особливо небезпечні інфекційні хвороби – інфекційні хвороби (у тому числі карантинні: чума, холера, жовта гарячка), що характеризуються важкими та (або) стійкими розладами здоров’я у значній кількості хворих, високим рівнем смертності, швидким поширенням цих хвороб серед населення. Наказом Міністерства охорони здоров’я (далі – МОЗ) України від 25.02.2000 р. № 521 “Про внесення зміни до Переліку особливо небезпечних, небезпечних інфекційних та паразитарних хвороб людини і носійства збудників цих хвороб” доповнено розділ “Особливо небезпечні інфекційні хвороби” цього Переліку, затвердженого наказом МОЗ України від 19 липня 1995 р. № 133, пунктом 39, що містить вказівку на COVID-19 [3]. Масові неінфекційні захворювання (отруєння) – масові захворювання, виникнення яких зумовлено впливом біологічних, фізичних, хімічних чи соціальних факторів середовища життєдіяльності, у тому числі об’єктів господарської та інших видів діяльності, продукції, робіт, послуг.

Основним безпосереднім об’єктом злочину, передбаченого диспозицією ст. 325 КК, є встановлений з метою захисту здоров’я населення порядок дотримання санітарних правил і норм щодо запобігання інфекційним хворобам та масовим отруєнням. Відносини у сфері захисту населення від інфекційних хвороб регулюються Основами законодавства України про охорону здоров’я, законами України “Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення”, “Про запобігання захворюванню на синдром набутого імунodefіциту (СНІД) та соціальний захист населення”, “Про захист населення від інфекційних хвороб”, “Про боротьбу із захворюваннями на туберкульоз”, іншими нормативно-правовими актами, а саме: постановами Кабінету Міністрів України, наказами та інструкціями МОЗ України, а також міжнародними угодами. Йдеться про державні санітарні норми та правила, санітарно-гігієнічні та санітарно-протиепідемічні правила і норми, санітарно-епідеміологічні правила і норми, протиепідемічні правила і норми, гігієнічні та протиепідемічні правила і норми, державні санітарно-епідеміологічні нормативи, санітарні регламенти – обов’язкові для виконання нормативно-правові акти центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров’я, що встановлюють медичні вимоги безпеки щодо середовища життєдіяльності та окремих

його факторів, недотримання яких створює загрозу здоров'ю і життю людини та майбутніх поколінь, а також загрозу виникнення і розповсюдження інфекційних хвороб та масових неінфекційних захворювань (отруєнь) серед населення. Додатковим обов'язковим об'єктом виступає здоров'я особи, а факультативним – життя особи або інші блага.

Об'єктивна сторона злочину характеризується трьома ознаками: 1) діянням (діями або бездіяльністю) – порушення правил та норм, встановлених з метою запобігання епідемічним та іншим заразним захворюванням і боротьби з ними; 2) наслідками у вигляді: поширення епідемічних та інших видів інфекційних хвороб, а також масових інфекційних хвороб (отруєнь) або створення реальної загрози поширення вказаних хвороб; 3) причинно-наслідковим зв'язком між діянням та будь-яким із названих наслідків. Важливо зазначити, що епідемія – масове поширення інфекційної хвороби серед населення відповідної території за короткий проміжок часу, а карантин – адміністративні та медико-санітарні заходи, що застосовуються для запобігання поширенню особливо небезпечних інфекційних хвороб [2].

Порушення правил та норм, встановлених з метою запобігання епідемічним та іншим інфекційним хворобам, а також масовим неінфекційним захворюванням (отруєнням) і боротьби з ними, може полягати в дії (невиконання) або бездіяльності (неналежне виконання) цих правил. Аналізуючи форми прояву об'єктивної сторони цього злочину слід звернути увагу на бланкетний характер диспозиції цієї статті. Злочин вважається *закінченим* з моменту фактичного настання поширення вище вказаних хвороб або створення реальної загрози їх настання.

Щодо поняття та ознак суб'єкта злочину, то серед науковців немає одностайної думки. Одні (І. А. Вартилицька, М. І. Хавронюк, Ю. О. Данилевська) вважають, що нести кримінальну відповідальність за вказаною статтею може тільки спеціальний суб'єкт – особа, до службових або професійних обов'язків яких входить виконання передбачених законодавством правил та норм, встановлених з метою запобігання епідемічним та іншим інфекційним хворобам, а також масовим неінфекційним захворюванням (отруєнням) і боротьби з ними (працівники санітарно-епідеміологічної служби, якої на даний час немає, інших органів державної виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, службові особи підприємств, установ та організацій) На думку інших науковців (В.Я. Тацій, Є.Л.Стрельцов) суб'єктом цього злочину є будь-яка особа, що досягла 16-річного віку, у тому числі і службова, в обов'язки якої входить виконання передбачених законом правил та норм по боротьбі з епідеміями та іншими інфекційними хворобами (службові особи підприємств, організацій, установ; медичні працівники, працівники санепідемстанцій, ветеринарні лікарі; працівники тваринницьких ферм тощо), а також інші особи, у тому числі інфекційні хворі, контактні особи та бактеріоносії, які створюють підвищену небезпеку зараження оточуючих, які порушили правила та норми, встановлені з метою запобігання епідемічним та іншим інфекційним захворюванням, а також масовим неінфекційним захворюванням (отруєнням) та боротьби з ними. Вирішення цієї дилеми, особливо зараз в умовах поширення пандемії COVID-19 та збільшення кількості випадків безвідповідального ставлення деяких осіб, зокрема потенційних бактеріоносіїв до виконання зазначених правил та норм, є надзвичайно актуальним.

Суб'єктивна сторона злочину характеризується умислом або необережністю щодо порушення встановлених правил, непрямим умислом або необережністю щодо наслідку у вигляді поширення відповідних хвороб і прямим умислом щодо наслідку у вигляді загрози їх поширення. Умисне поширення епідемії з метою ослаблення держави слід вважати диверсією та кваліфікувати за ст. 113 КК України.

Загибель людей чи інші тяжкі наслідки утворюють кваліфіковані види цього злочину. Під загибеллю людей слід розуміти смерть хоча б однієї особи, що перебуває у причинно-наслідковому зв'язку із порушенням правил та норм, передбачених у ч. 1 ст. 325 КК України. Інші тяжкі наслідки охоплюють велику екологічну чи матеріальну шкоду, виникнення масових заворушень, захворювання людей, великі матеріальні витрати, що пов'язані з ліквідацією наслідків порушення зазначених правил та норм, тощо.

Щодо змін у санкціях розглядуваного злочину, то якщо у попередній редакції статті 325 КК України, за діяння, передбачені частиною першою було визначено штраф до 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (далі – НМДГ) або арешт на строк до шести місяців, або обмеження волі на строк до трьох років, то чинна редакція передбачає покарання у виді штрафу від тисячі до трьох тисяч НМДГ або арешту на строк до шести місяців, або обмеження волі на строк до трьох років, або позбавлення волі на той самий строк. Отже, змінено розміри штрафу – встановлено його мінімум – 1000 НМДГ, піднято його верхню межу – замість 100 НМДГ встановлено 1000 НМДГ, а також запроваджено позбавлення волі на строк до трьох років. Види та розміри інших покарань, вказаних у частині першій – арешт на строк до шести місяців, або обмеження волі на строк до трьох років, та частині другій цієї статті – позбавлення волі на строк від п’яти до восьми років – лишилися без змін.

Такі зміни, спрямовані на посилення кримінальної відповідальності, вважаємо слушними в умовах пандемії короно вірусу, такими, що обумовлені суспільною небезпекою відповідних діянь, що створюють серйозну небезпеку для населення країни, оскільки підвищують загрозу зараження вірусом не тільки самого порушника, але і подальшого поширення цього вірусу від нього на більшу кількість людей, при чому дуже швидкими темпами.

#### **Список використаних джерел**

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України, спрямованих на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19): Закон України від 17 березня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/530-20>.
2. Про захист населення від інфекційних хвороб: Закон України від 6 квітня 2000 р. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2000, № 29, ст. 228.
3. Про внесення зміни до Переліку особливо небезпечних, небезпечних інфекційних та паразитарних хвороб людини і носійства збудників цих хвороб: Наказ МОЗ України від 25.02.2000 р. № 521. URL: <https://moz.gov.ua/article/ministry-mandates/nakaz-moz-ukraini-vid-25022020--521>.

**Федоров М. П.**

к.ю.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРОБЛЕМИ ВІКТИМОЛОГІЧНОЇ ПРОФІЛАКТИКИ КОМП’ЮТЕРНОГО ШАХРАЙСТВА**

Шахрайство є одним з найбільш поширених злочинів сьогодення. Як свідчить статистика, у 2019 році було обліковано 32 358 таких злочинів, що складає 7,29 % від усіх облікованих злочинів в Україні. Якщо загальна кількість облікованих злочинів порівняно з 2018 роком має тенденцію до зниження (444 130 проти 487 133, або на 8,8%), частка шахрайств у структурі злочинності має стійку тенденцію до зростання (7,29% проти 6,83%, в абсолютних цифрах – 32358 проти 33290). Шахрайство посідає друге місце серед злочинів проти власності після крадіжок, значно випередивши грабїж та розбій.

Шахрайство – це корисливий злочин, спрямований проти власності. Об’єктивна сторона цього злочину полягає у протиправному заволодінні чужим майном або протиправному набутті права на чуже майно шляхом обману або зловживанням довірою. У сучасних умовах шахрайство набуває все більшої популярності, воно охоплює все більше сфер суспільного життя, виникають й удосконалюються нові шахрайські схеми. Жертвами шахрайства стають різноманітні верстви населення: від малозабезпечених пенсіонерів до високоосвічених науковців та успішних підприємців. Особливо швидкими темпами в умовах сьогодення зростає комп’ютерна злочинність, зокрема шахрайство в Інтернеті.

Народна мудрість про безплатний сир, який є тільки в мишоловці не сприймається окремими людьми, які ведуться на обіцянки позахмарних прибутків за порівняно невеликі кошти. Розглянемо найбільш поширені способи інтернет-шахрайства та способи їх

запобіганню.

Для кожного користувача послуг Інтернету відоме таке явище як “спам”. Це листи різного, найчастіше рекламного змісту, які надсилають, всупереч бажанню адресата, на його електронну пошту. Поряд із звичайною рекламою послуг та товарів, надходять і листи з певними, дуже привабливими пропозиціями. Такими, наприклад, є пропозиції надомної високооплачуваної роботи, чудодійних ліків від усіх хвороб, працевлаштування за кордоном, придбання дешевої побутової техніки, несподіваного великого виграшу, вигідного кредиту, придбання за безцінь акцій тощо. Видів таких пропозицій – безліч, але для всіх їх спільною є мета – злочинне збагачення. Тобто з дуже вигідною пропозицією є обов’язкова умова оплатити рекламодавцю якусь “дрібницю”: вартість обладнання і матеріалів для надомної роботи, вартість пересилання ліків, вартість послуг консульства, вартість реєстрації, вартість страхування виграшу, депозитного вкладу чи кредиту тощо. Після оплати рекламодавець, як правило, зникає, зібравши з довірливих клієнтів, число яких може налічувати десятки тисяч, досить пристойну суму.

Як протидіяти такому шахрайству? Законодавчих заборон на поширення таких листів немає, тобто спам абсолютно законний. Аналізуючи окремі листи, можна виявити в них окремі ознаки порушень, передбачених законом про рекламу, зокрема фальсифікацію заголовків, незаконне використання торгових марок, відсутність достовірних відомостей про розповсюджувача реклами та інше. Іншими словами – це недобросовісна реклама. Але притягнути спамера до кримінальної відповідальності за шахрайство практично неможливо через те, що додаткові, шахрайські умови угоди обговорюються з клієнтом особисто і він добровільно передає кошти, оплачує послуги тощо. Цей вид шахрайства має високу латентність. Як свідчать опитування, тільки кожний десятий ошуканий громадянин звертався до правоохоронних органів із заявою про злочин, бо нанесена шкода була значною.

Важливим засобом запобігання такому виду шахрайства є інсталяція ліцензійного програмного забезпечення, яке не пропускає спам. Не слід забувати також про елементарну обережність: усі листи, які поступають на пошту від невідомого адресата слід негайно видаляти, не відкриваючи. Ця пересторога одночасно убезпечить і від різного роду шкідливих програм: вірусів, троянів тощо.

Комп’ютерні технології охопили також і сферу торгівлі. Через інтернет-магазини реалізується і, відповідно, купується значна частина одягу, взуття, побутової техніки тощо. Придбати будь-який товар можна швидко, дешевше, ніж у звичайному магазині і не виходячи з квартири. Щороку кількість покупців і продавців у Інтернеті збільшується в геометричній прогресії. Ця обставина зумовила і різке зростання злочинності в цій сфері. Насамперед, шахрайством зайнялися продавці, які практикують передоплату за товар. Отримавши гроші, надсилають покупцю товар неналежної якості, інший товар, а то й узагалі залишають покупця без товару та грошей.

Має місце також такий вид шахрайства як створення сайта-двійника популярного інтернет-магазину. На такому сайті виставляють каталог продукції справжнього магазину, роблять примітку щодо якоїсь акції, вказують дещо меншу ціну на товар, отримують оплачені (це обов’язкова умова!) замовлення і ніякого товару нікому не надсилають. Зібравши певну суму, сайт зникає. Такий вид шахрайства на Заході іменується fishing (риболовля).

Які заходи протидії цьому виду шахрайства? Обов’язково слід звернутися до правоохоронних органів – це дозволить якщо не встановити злочинця і відшкодувати кошти, то, принаймні, унеможливити його подальшу злочинну діяльність. І правила звичайної обережності: купуйте товари тільки на відомих сайтах, ніколи не робіть передоплату. Не варто довіряти дуже низькими цінам. Спеціального закону, що регулює роботу інтернет-магазинів, поки що, на жаль, немає.

Не можна вестися й на звернення різних фізичних та юридичних осіб, зокрема численних фондів, що збирають кошти на різні потреби: на допомогу армії, на допомогу постраждалим від стихійного лиха, на будівництво церкви, на притулок для бездомних тварин, на спорудження пам’ятника, на лікування смертельно хворих тощо. Перше, ніж

надати допомогу, переконайтеся, чи не шахраям підуть ваші кошти.

Практика показує, що боротися з віртуальними шахраями дуже складно. Для того, щоб шахрая притягнути до кримінальної відповідальності, його потрібно затримати на місці злочину під час передачі грошей або товару. Операції ж здійснюються, в основному, поштою і за безготівковим розрахунком.

Інтернет дає можливість, також, кожному громадянину стати інвестором певних проектів і отримати прибуток значно вищий, ніж ставка банківського депозитного вкладу. Ця обставина зумовила появу злочинних шахрайських схем у цій сфері. Проводиться рекламна кампанія щодо перспектив якогось об'єкта, формується штучний ажіотаж, акції продаються по завищеній ціні. Після реалізації, ціна на акції цього об'єкта, у кращому випадку, падає до їх реальної вартості, у гіршому – вони перетворюються на нічого не вартий папір.

Не обійшов Інтернет і такий вид шахрайства як “піраміда”. Всім інвесторам обіцяється високий дохід, але реальний шанс отримати його є тільки у перших учасників піраміди. Організатори піраміди інформують інвесторів про нібито вигідне вкладення залучених коштів у промислові підприємства та інші об'єкти. Насправді вони виплачують гроші нових інвесторів старим вкладникам, використовуючи їх як рекламних агентів, і привласнюють левову частку коштів. Піраміда існує доти, доки є наплив нових інвесторів. Після цього піраміда розсипається, а її організатори з вирученими коштами зникають.

Таким чином, щоб уберегтися від інтернет-шахрайства, необхідно дотримуватися таких правил:

1. Використовувати тільки ліцензійне програмне забезпечення.
2. Видаляти, не відкриваючи будь-які листи від невідомих адресатів.
3. Купувати в Інтернеті тільки на відомих сайтах і з післяплатою.
4. Остерігатися занадто привабливих пропозицій щодо товарів, послуг тощо.
5. Перевіряти дані щодо особи рекламодавця, продавця, знайомитися з відгуками про них інших осіб.

**Фонарюк О. Ю.**

к.ю.н., заступник директора

Чернівецький кооперативний економіко-правовий коледж

## **МЕДІАЦІЯ ЯК СПОСІБ ВИРІШЕННЯ ТРУДОВИХ СПОРІВ**

Одним із актуальних питань вирішення трудових спорів є залучення нових примирних процедур, зокрема медіації, який вказує на перспективність впровадження ефективних методів у трудовому праві. Медіація є одним з найпоширеніших у світі альтернативних способів урегулювання конфліктів (спорів). Упровадження медіації в Україні на сьогодні є одним з актуальних напрямів реформування системи доступу громадян до справедливого правосуддя та ефективним засобом зниження конфліктного потенціалу суспільства в цілому.

Оскільки законодавство України, на відміну від багатьох інших юрисдикцій, не передбачає такий спосіб вирішення трудових спорів як трудовий арбітраж, медіація залишається єдиним засобом для конфіденційного вирішення спору (конфлікту) між працівником, роботодавцем та іншими суб'єктами трудових відносин.

Саме слово “медіація” прийшло до нас з латинської мови (mediatio) і означає посередництво. У міжнародному праві медіація означає посередництво третьої, незаінтересованої держави в міжнародному спорі суб'єктів міжнародного права; у приватному праві – це один із альтернативних (позасудових) методів вирішення конфліктів, згідно з яким незаінтересований посередник (медіатор) допомагає сторонам досягнути шляхом переговорів добровільної та взаємовигідної угоди [1, с. 610].

Сьогодні законодавство України містить багато норм щодо сприяння примиренню сторін. Такі положення передбачені у Господарському процесуальному кодексі України, Цивільному процесуальному кодексі України, Кодексі адміністративного судочинства

України, Сімейному кодексі України тощо. Медіація є одним з можливих шляхів, яким сторони можуть досягти примирення.

Законодавцем окрім розробки законопроекту про медіацію, прийнято Закон України “Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)” де статтею 10 передбачено діяльність незалежного посередника – визначена за спільним вибором сторін особа, яка сприяє встановленню взаємодії між сторонами, проведенню переговорів, бере участь у виробленні примирною комісією взаємоприйняттого рішення [2].

Відносини між суб’єктами трудового права передбачають можливість конфлікту через різницю їхніх інтересів, які часто є досить протилежними. Така природа трудових відносин зумовлює специфіку вирішення трудових спорів (конфліктів) шляхом медіації. При застосуванні процедури медіації (посередництва) у трудовому спорі набувають більш актуального значення майже всі принципи розгляду трудових спорів, а саме принципи швидкості вирішення спору, рівності сторін при розгляді трудового спору, об’єктивності, повноти та всебічності дослідження всіх обставин справи, змагальності та гласності.

Хоча на сьогоднішній день в Україні медіація у сфері трудового права ще не набула розповсюдження, і особливо, через відсутність законодавчого підґрунтя та відсутність у широкого кола громадськості достатньої інформації про медіацію як способу розв’язання цих спорів, але важливими перевагами цієї процедури доречно вважати приватний характер медіації; добровільність як під час прийняття рішення про медіацію, так і в процесі її проведення та досягнення домовленостей і виконання рішень; скорочення витрат сторін; процедуру медіації можна застосувати як до судового розгляду, так і під час судового провадження по справі; медіація може бути перервана або припинена у будь-який час за ініціативи будь-кого з учасників медіації.

Тому для ефективного врегулювання трудових спорів, поряд із існуючими способами вирішення трудових спорів, є необхідність запровадження інституту медіації, який сприятиме досягненню практичного рішення, з яким погодяться усі учасники та буде сприяти уникненню довгих судових процесів.

Впровадження примирних процедур на сьогоднішній день є необхідним і обґрунтованим. Цей процес має ґрунтуватися на непорушних правових цінностях, що є основою та безумовною запорукою правового порядку та стабільності, – це ідеї гуманізму, справедливості, демократизму.

#### **Список використаних джерел**

1. Максимова С. В. Медіація. Юридична енциклопедія : том 3 :К/М. К. : Українська енциклопедія, 2001. Т. 3. С. 610.
2. Закон України “Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів). URL: <http://rada.gov.ua>.

**Бережницька Г. І.**

старший викладач

Львівський національний аграрний університет

## **ЗАКОНОДАВЧЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕЧНОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ**

Екологічна безпека продуктів харчування є глобальною проблемою, оскільки зачіпає не лише здоров’я людини, але й впливає на всю економіку країни. Повноцінне харчування відіграє визначальну роль у збереженні здоров’я нації та підвищенні життєвого рівня населення [1], а від якості продуктів харчування залежить рівень життя, соціальна активність людини, а також демографічний стан. Тому, щоб забезпечити високий рівень життя людини в державі, розвиток економіки, необхідна досконала законодавча база.

У ст. 50 Конституції України вказується, що кожен має право на безпечне для життя і здоров’я довкілля та на відшкодування завданої порушенням цього права шкоди. Кожному гарантується право вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових



продуктів і предметів побуту, а також право [2].

Правове регулювання виробництва якісних та безпечних харчових продуктів та сировини, здійснюється на підставі низки законодавчих та підзаконних нормативно-правових актів, серед яких слід зазначити Закони України “Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів”, “Про молоко та молочні продукти”, “Про пестициди та агрохімікати”, “Про ветеринарну медицину”, “Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів” та ін.

Для забезпечення належного правового регулювання якості сільськогосподарської продукції до вимог ЄС доцільно здійснити:

1) розробку Національної концепції системи правового регулювання якості сільськогосподарської продукції з урахуванням особливостей вітчизняного аграрного ринку та міжнародних вимог;

2) ефективне поєднання адміністративних та економічних важелів впливу на процес формування якісних показників сільськогосподарської продукції як базових чинників її конкурентоспроможності;

3) розробку програми адаптації вітчизняного законодавства з питань правового регулювання якості сільськогосподарської продукції до вимог ЄС [3, с. 227].

Для законодавства, яке регулює якість та безпечність продукції, характерним є:

– наявність нормативно-правових актів різної юридичної сили – від законів України до актів відомчого характеру (останні становлять переважну частину законодавства);

– відсутність спеціалізованого нормативно-правового акта вищої юридичної сили, який відображав би системність підходу до вирішення проблем якості;

– сутність правового регулювання якості сільськогосподарської продукції відображено переважно в правових нормах, що спрямовані на регулювання якості власне харчової продукції.

Отже, для вдосконалення законодавства щодо правового регулювання якості та безпечності харчових продуктів доцільним є на першому етапі внесення змін і доповнень до чинних законів та прийняття спеціалізованого нормативно-правового акта вищої юридичної сили, який відображав би системність підходу до вирішення проблем якості всіх видів продукції. На другому етапі доцільним є проведення систематизації всього масиву аграрного законодавства та прийняття Аграрного кодексу України з відповідним розділом щодо правового регулювання якості сільськогосподарської продукції. При цьому систематизація аграрного законодавства повинна здійснюватися з урахуванням світових вимог і, зокрема, вимог Європейського Союзу [4, с. 65].

#### **Список використаних джерел**

1. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
2. Конституція України. Верховна Рада України; Конституція України, Конституція, Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua>.
3. Гребенюк М. В. Система забезпечення продовольчої безпеки в законодавстві Європейського Союзу. *Право України*. 2010. № 9. С. 227–233.
4. Гуменюк Г. Регулювання і забезпечення якості й безпечності сільськогосподарської продукції. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2009. № 6. С. 63–70.

## ТИПОВІ СЛІДЧІ ВЕРСІЇ ПІД ЧАС РОЗСЛІДУВАННЯ БАНДИТИЗМУ

Висування версій є невід'ємною частиною методики розслідування злочинів. Аналізуючи отримані докази, слідчий висуває найбільш імовірні версії, серед яких вагомого значення набувають версії відносно осіб, що вчинили злочин, мотивів і способів вчинення злочину.

Необхідно зважати на те, що в основу типових версій покладено типову ситуацію як визначене становище в розслідуванні, що характеризується певним співвідношенням відомого та невідомого в ході розслідування кримінального провадження. На основі цього можливо висунути обґрунтоване припущення щодо невідомих обставин – особи злочинця, характеру слідів, способу вчинення злочину тощо.

Окрім цього, версія виступає передумовою для планування роботи під час розслідування, постаючи одночасно тим орієнтиром, якого дотримується слідчий у процесі збирання, дослідження і оцінки доказів. Побудова версій і планування їх перевірки – це дві сторони, два напрямки процесу мислення слідчого. Перевірка версій включає не лише здійснення запланованих дій, але й оцінку фактичних даних, отриманих у результаті їх проведення, а також побудову висновків про істинність і помилковість версій. Планування розслідування повинне створювати умови для паралельної й одночасної перевірки усіх висунутих версій.

У криміналістиці проблема висування і перевірки версій розглянута низкою провідних вчених, серед яких Г. М. Александров, В. К. Гавло, В. О. Коновалова, О. Н. Колесніченко, В. Л. Синчук, В. Ю. Шепітько та інші. У їхніх роботах досліджувалися природа версії, різновиди, сутність, процес висування і перевірки. Деякі криміналісти розглядають слідчі версії як частину планування розслідування, інші – як самостійну сторону слідчої діяльності і зазначають, що розробка і перевірка версій передують плануванню розслідування (тобто планування – це перевірка слідчих версій). Інша група криміналістів замінює цю проблему на обставини, що підлягають встановленню в ході розслідування.

О. М. Цільмак вважає, що криміналістична версія – це об'єктивне припущення або висновок, стосовно певного кримінального правопорушення, що виникає з фактичних підстав і логічних міркувань, вимагає відповідної перевірки, спрямоване на з'ясування істини у кримінальному провадженні [1, с. 334].

Є. В. Пряхін, під слідчою версією розумів логічно побудоване та засноване на фактичних даних обґрунтоване припущення слідчого про обставини події, про дії учасників події і наявність у них складу кримінального правопорушення, що потребує відповідної детальної перевірки [2, с. 14].

Версії можна класифікувати за певними ознаками, а саме: за обсягом – на загальні та окремі версії; за суб'єктом висунення – слідчі, експертні, оперативно-розшукові; за юридичним значенням – про окремі елементи кримінального правопорушення, про факти доказування; за ступенем ймовірності – малоймовірні та ймовірні; за часом висунення – початкові та подальші; з погляду обґрунтованості – обґрунтовані, мало обґрунтовані, необґрунтовані; за строком перевірки – першочергові та подальші. Основною метою висунення версії є її остаточний результат роботи в процесі розслідування – доведення її до логічного завершення, перетворення на достовірне судження, тобто визначення всіх параметрів модельованої ситуації, де на основі отриманих даних можна зробити висновок про те, як, за яких умов, з яких причин сталася досліджувана подія, у якій послідовності вона відбувалася? Як вказував В. М. Стратонов, мислення у формі слідчих версій, проходить декілька етапів: 1) збирання фактичного матеріалу, його логічний аналіз та оцінка; 2) побудова слідчої версії та її формулювання; 3) отримання передбачуваної інформації в

процесі перевірки версій [3, с. 176].

Загальними версіями про характер події, що відбулась, при розслідуванні бандитизму, можна назвати:

- 1) мають місце ознаки бандитизму;
- 2) мають місце вчинення злочину іншою організованою злочинною групою чи злочинною організацією, що не підпадає під ознаки банди;
- 3) ознаки бандитизму відсутні, виявлене діяння не є злочином;
- 4) ознаки бандитизму відсутні, мають місце ознаки іншого злочину.

Наступним структурним елементом системи типових версій є *окремі версії*, що будуються за окремими елементами криміналістичної характеристики злочину, передбаченого ст. 257 КК України, тобто висуваються детальні версії, які мають виключно криміналістичне, а не кримінально-правове чи процесуальне значення, і на нашу думку їх класифікація наступна:

- 1) по епізодам злочинної діяльності:
  - злочин було вчинено одноразово;
  - злочин вчинено декілька разів.
- 2) залежно від насильства, що було застосовано в ході злочину:
  - злочин вчинено із застосуванням насильства;
  - злочин вчинено із погрозою застосування насильства;
- 3) залежно від способу готування:
  - мало місце готування;
  - готування не було.
- 4) залежно від способу вчинення:
  - має місце організація банди з метою нападу на підприємства, установи, організації чи окремих осіб;
  - має місце участь в банді окремих її членів;
  - має місце участь окремих її членів у вчинюваному бандою нападі на підприємства, установи, організації чи окремих осіб;
- 5) залежно від способу приховування:
  - має місце приховування
  - приховування не було.

Підсумовуючи, можна дійти висновку, що типові слідчі версії, що будуються слідчим під час розслідування бандитизму, можуть бути досить різноманітними залежно від підходу до критеріїв їх диференціації. Належне їх вивчення має важливе значення для вироблення методичних рекомендацій особам, що провадять досудове розслідування, оскільки такі слідчі версії акумулюють практичний досвід та визначають орієнтовний алгоритм дій за відповідних типових умов.

#### **Список використаних джерел**

1. Цільмак О. М. Особливості тактики допиту під час самовільного зайняття земельної ділянки та самовільного будівництва. *Порівняльно-аналітичне право*. 2014. № 2. С. 334–338.
2. *Методика розслідування окремих видів злочинів, підслідних органам внутрішніх справ: навчальний посібник* / Батюк О. В., Благута Р. І., Гумін О. М. та ін.; за заг. ред. Є. В. Пряхіна. Львів: ЛьвДУВС, 2011. 324 с.
3. Стратонов В. М. Версії в практиці пізнавальної діяльності слідчого. *Право і безпека*. 2011. № 1 (38). С. 174–178.

**Попов Д. І.**  
к.ю.н., доцент,  
**Гавелко Ю. О.**  
старший викладач  
Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРИЗНАЧЕННЯ ПЕНСІЇ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ ПРАЦІВНИКАМ ОМС, ПОСАДИ ЯКИХ ВІДНЕСЕНО ДО КАТЕГОРІЙ ПОСАД ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ**

Пенсійне забезпечення державних службовців здійснюється відповідно до Закону України “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування”. Однак згідно з пунктами 10 і 12 розділу XI “Прикінцеві та перехідні положення” Закону України від 10 грудня 2015 р. №889-VIII “Про державну службу” (далі по тексту – Закон №889) на призначення пенсії відповідно до статті 37 Закону України від 16 грудня 1993 р. №3723-XII “Про державну службу” (далі – Закон №3723) мають право особи, які на день набрання чинності Законом України від 10 грудня 2015 р. № 889-VIII “Про державну службу”:

- займають посади державної служби та мають не менш як 10 років стажу на посадах, віднесених до відповідних категорій посад державних службовців, визначених статтею 25 Закону та актами Кабінету Міністрів України;

- мають не менш як 20 років стажу на посадах, віднесених до відповідних категорій посад державної служби, визначених статтею 25 Закону та актами Кабінету Міністрів України.

Стаття 37 Закону №3723 регламентує, що на одержання пенсії державних службовців мають право чоловіки, які досягли віку 62 роки, та жінки, які досягли пенсійного віку, встановленого статтею 26 Закону України “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування”, за наявності страхового стажу, необхідного для призначення пенсії за віком у мінімальному розмірі, передбаченого абзацом першим частини першої статті 28 Закону України “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування”, у тому числі стажу державної служби не менш як 10 років, та які на час досягнення зазначеного віку працювали на посадах державних службовців, а також особи, які мають не менш як 20 років стажу роботи на посадах, віднесених до категорій посад державних службовців, незалежно від місця роботи на час досягнення зазначеного віку. Пенсія державним службовцям призначається в розмірі 60 відсотків суми їх заробітної плати, з якої було сплачено єдиний внесок на загальнообов’язкове державне соціальне страхування, а до 01 січня 2011 року – страхові внески на загальнообов’язкове державне пенсійне страхування, а особам, які на час звернення за призначенням пенсії не є державними службовцями, – у розмірі 60 відсотків заробітної плати працюючого державного службовця відповідної посади та рангу за останнім місцем роботи на державній службі, з якої було сплачено єдиний внесок на загальнообов’язкове державне соціальне страхування, а до 01 січня 2011 року – страхові внески на загальнообов’язкове державне пенсійне страхування.

З огляду на вищенаведені нормативно-правові акти видається, що порядок призначення пенсії державного службовця є досить чітким та законодавчо закріпленим. Проте, зважаючи на сьогоденні реалії постає питання: як саме підтвердити необхідні законодавчо визначені критерії для призначення пенсії державного службовця стосовно дотримання сукупності вимог, визначених у частині першій статті 37 Закону № 3723 і Прикінцевих та перехідних положень Закону № 889, а саме щодо віку, страхового стажу, стажу державної служби?

У цій роботі досліджено питання законодавчих аспектів доказування права на призначення пенсії державного службовця працівникам органів місцевого самоврядування, посади яких віднесені до відповідних категорій посад державних службовців.

Статтею 46 чинного Закону № 889, а саме частиною 2 визначено, що до стажу державної служби зараховуються:

- 1) час перебування на посаді державної служби відповідно до цього Закону;
- 2) час перебування на посаді народного депутата України;
- 3) час проходження дипломатичної служби на дипломатичних посадах;
- 4) час перебування на посадах в органах місцевого самоврядування, передбачених

Законом України “Про службу в органах місцевого самоврядування”;

5) час перебування на посадах суддів;

6) час перебування на посадах прокурорів;

7) час перебування на посадах, на яких присвоюються військові та спеціальні звання;

8) час професійного навчання державного службовця з відривом від служби, якщо не пізніше 75 днів після його завершення така особа повернулася на державну службу, крім випадків, установлених законом;

9) період, коли державний службовець не працював з поважних причин, але залишався у трудових відносинах з державним органом;

10) час перебування державного службовця у відпустці по догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку, а в разі якщо дитина потребує домашнього догляду - у відпустці без збереження заробітної плати тривалістю, визначеною у медичному висновку, але не більше ніж до досягнення дитиною шестирічного віку;

11) час перебування на посадах радників, помічників, уповноважених та прес-секретаря Президента України, працівників секретаріатів Голови Верховної Ради України, його Першого заступника та заступника, працівників патронатних служб Прем'єр-міністра України та інших членів Кабінету Міністрів України, помічників-консультантів народних депутатів України, помічників та наукових консультантів суддів Конституційного Суду України, помічників суддів, а також на посадах патронатних служб в інших державних органах.

Порядок обчислення стажу державної служби, затверджений Постановою Кабінету Міністрів України від 25.03.2016 №229, а саме пункт 4 регламентує, що до стажу державної служби зараховуються:

– час перебування на посаді державної служби відповідно до Закону;

– час перебування на посаді народного депутата України;

– час перебування на посадах працівників дипломатичної служби;

– час перебування на посадах в органах місцевого самоврядування, передбачених Законом України “Про службу в органах місцевого самоврядування”;

– час перебування на посадах суддів;

– час перебування на посадах прокурорів;

– час перебування на посадах, на яких присвоюються військові та спеціальні звання.

Згідно із нормами статті 22 Закону України “Про службу в органах місцевого самоврядування” від 07.06.2001 року №2493 (надалі по тексту Закон №2493) до стажу служби в органах місцевого самоврядування зараховується період роботи на посадах, на які поширюється дія цього Закону, а також на посадах і в органах, час роботи в яких зараховується до стажу державної служби. Таким чином, нормативно-правова та законодавча основа щодо визначення стажу посадовців органів місцевого самоврядування аналогічна з тією, що стосується державних службовців.

Виходячи з норм статті 22 Закону №2493 та Порядку обчислення стажу державної служби, затвердженого постановою КМУ від 03.05.1994 р. № 283 (далі – Порядок № 283), стаж держслужби набувався на посадах та в державних органах, а також на посадах та в органах, визначених Законом №2493 чи на посадах, віднесених Кабінетом Міністрів України до відповідних категорій посад державної служби чи посад в органах місцевого самоврядування.

Оскільки з 01.05.2016 року набув чинності новий Закон України від 10.12.2015 р. №889-VIII “Про державну службу”, суттєво змінилися засади, за якими визначається право на одержання держслужбовцями пенсії. При цьому, згідно статті 46 Закону №889 до стажу держслужби, як і раніше, продовжує зараховуватися час перебування на посадах в органах місцевого самоврядування, передбачених Законом № 2493.

Дія Порядку №283 скасована. Натомість з 01.05.2016 року для держслужбовців слід застосовувати Порядок обчислення стажу державної служби, затверджений постановою КМУ від 25.03.2016 року №229 (далі – Порядок № 229). Через те, що окремим рішенням Кабінету Міністрів України не унормовано питання про обчислення стажу служби в органах місцевого самоврядування, цим Порядком користуються зараз при обчисленні стажу

посадовців органів місцевого самоврядування.

Важливим є те, що згідно з п. 8 Прикінцевих та перехідних положень Закону №889 та п.6 Порядку №229 стаж держслужби за періоди роботи до набрання чинності цим Законом має обчислюватись у порядку та на умовах, установлених на той час законодавством. Це означає, що до 01.05.16 року (тобто до набуття чинності Законом №889) при обчисленні стажу роботи в органах місцевого самоврядування слід застосовувати норми Порядку №283.

Після прийняття Закону України “Про державну службу”, постановою Кабінету Міністрів України від 03.05.1994 року № 283 було затверджено Порядок обчислення стажу державної служби і додаток до нього: Перелік державних органів колишніх УРСР та інших республік, а також колишнього СРСР, період роботи в яких на посадах керівних працівників і спеціалістів зараховується до стажу державної служби.

Отже, виходячи з системного аналізу зазначених норм права вбачається, що особи, які мають стаж роботи в органах місцевого самоврядування та/або на державній службі не менше 10 років, зокрема станом на час набрання чинності Законом України “Про державну службу” (01.05.2016 року), досягли пенсійного віку передбаченого ст. 28 Закону України “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування”, мають загальний стаж роботи не менше ніж мінімально визначений законодавством, мають право на призначення пенсії державного службовця у відповідності до приписів ст. 37 Закону України “Про державну службу”.

Конституційний Суд України у своєму рішенні у справі про граничний вік перебування на державній службі та на службі в органах місцевого самоврядування (№ 8-рп/2007 від 16.10.2007 року) у пункті 3.2. вказав, що зазначена норма Основного закону України не передбачає поділу державної служби на службу в органах законодавчої, виконавчої і судової влади. Згідно положень частини 2 статті 38 та пункту 12 частини 1 статті 92 Конституції України виключно законами України визначаються основи державної служби, з чого випливає, що державна служба єдина за своїми основами. Інститут державної служби врегульований Законом України “Про державну службу”, а її особливості в апаратах окремих органів, визначаються законами про ці органи.

З аналізу вищенаведених законодавчих актів та рішення Конституційного Суду України вбачається, що законодавець не розділяє службу в органах місцевого самоврядування від державної служби, і встановлює для таких осіб однакові критерії щодо прийняття на службу, її проходження, звільнення, надає певні гарантії у тому числі щодо пенсійного забезпечення, а тому особа, яка має не менш як 20 років стажу на посадах, віднесених до категорій посад державних службовців, незалежно від місця роботи на час досягнення відповідного віку, необхідного для призначення пенсії згідно ст. 37 Закону України “Про державну службу”, – має право на призначення такої пенсії.

#### **Список використаних джерел**

1. Про державну службу: Закон України від 16.12.1993 № 3723-XII; Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993, № 52, ст. 490; (Закон втратив чинність на підставі Закону № 889-VIII від 10.12.2015, крім статті 37, що застосовується до осіб, зазначених у пунктах 10 і 12 розділу XI Закону №889-VIII від 10.12.2015, ВВР, 2016, №4, ст. 43); URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3723-12#Text>.
2. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 № 889-VIII; Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 4, ст. 43; URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.
3. Про загальнообов’язкове державне пенсійне забезпечення: Закон України від 09.07.2003 № 1058-IV; Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 49-51, ст. 376; URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1058-15>.
4. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 07.06.2001 № 2493-III; Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 33, ст. 175; URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14>.
5. Деякі питання пенсійного забезпечення окремих категорій осіб: Постанова Кабінету Міністрів України; Порядок, Перелік від 14.09.2016 № 622; Із змінами, внесеними згідно з Постановами КМ №27 від 25.01.2018; №469 від 05.06.2019; URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/622-2016-%D0%BF#n16>.
6. Рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням 47 народних депутатів України щодо відповідності Конституції України (конституційності) положень статті 23 Закону України “Про державну службу”, статті 18 Закону України “Про службу в органах місцевого самоврядування”, статті 42 Закону України “Про дипломатичну службу” (справа про граничний вік перебування на державній службі та на службі в органах місцевого самоврядування): Рішення Конституційного суду України від 16.10.2007 №8-рп/2007; URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v008p710-07>.

**Ковалева Н. П.**  
старший преподаватель  
УО “ГГУ им. Ф Скорины”  
г. Гомель, Республика Беларусь

## **ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ И ПРОДЛЕНИЯ КОНЦЕССИОННОГО ДОГОВОРА**

На сегодняшний день концессионный договор (концессия) является одной из наиболее традиционных и широко известных форм привлечения инвестиций. В Республике Беларусь инвестиционная деятельность в отношении недр, вод, лесов, земель и объектов, находящихся только в собственности государства, либо деятельность, на осуществление которой распространяется исключительное право государства, могут осуществляться на основе концессий. Под концессией понимается основанные на концессионном договоре право владения и пользования объектом концессии или право на осуществление вида деятельности. Соответственно концессионный договор это письменное соглашение, в силу которого одна сторона (концедент) обязуется предоставить другой стороне (концессионеру) на возмездной или безвозмездной основе на определённый срок право владения и пользования объектом концессии или право на осуществление вида деятельности [1, ст. 1].

Заключение и исполнение концессионных договоров регулируются Законом Республики Беларусь от 12 июля 2013 г. № 63-З “О концессиях”, постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 28 декабря 2011 г. № 1743 “О порядке заключения, изменения, прекращения концессионного договора”.

Предоставление объектов в концессию осуществляется в четыре этапа: 1) формирование, утверждение, опубликование в печатных средствах массовой информации и размещение в глобальной компьютерной сети Интернет перечней по объектам концессии Республики Беларусь и по объектам концессии административно-территориальных единиц, определение по ним вида концессионного договора и способа выбора концессионера, 2) определение концессионного органа, разработка, согласование и утверждение концессионных предложений, 3) организация и проведение конкурса (аукциона), определение концессионера и 4) заключение концессионного договора.

В соответствии со статьей 28 Закона Республики Беларусь “О концессиях”, концессионный договор в качестве обязательных условий должен включать в себя: вид концессионного договора, размер разового платежа и срок его внесения, срок действия концессионного договора, описание имущества или вида деятельности, являющегося объектом концессии, права и обязанности сторон, территорию, на которой концессионер имеет право, в том числе и исключительное, осуществлять отдельные виды деятельности (если объектом концессии являются виды деятельности), а также программу и график работ, выполняемых в соответствии с концессионным договором, с указанием сроков их выполнения и ответственность сторон [1].

Законодательство достаточно детально регулирует порядок изменения, прекращения и продления концессионного договора. Установлены правила продления срока действия концессионного договора, а именно он может быть продлен по соглашению сторон в пределах максимального срока, путем заключения дополнительного соглашения. Дополнительное соглашение, предусматривающее продление срока действия концессионного договора, должно быть заключено не позднее чем за два месяца до истечения срока действия концессионного договора, причем инициатива продления согласно статьи 32 Закона “О концессиях” может исходить только от одной стороны – концессионера, который о своем желании продлить срок действия концессионного договора должен письменно уведомить концедента не позднее чем за шесть месяцев до истечения срока действия концессионного договора [1]. Следовательно, таким правом не обладает вторая сторона концессионного договора – концедент. На наш взгляд данная правовая неточность

должна быть устранена и часть 3 статьи 32 Закона “О концессиях” изложена следующим образом: “О своем желании продлить срок действия концессионного договора на определенный срок одна сторона должна письменно уведомить другую сторону не позднее чем за шесть месяцев до истечения срока действия концессионного договора”.

Также не совсем понятна позиция законодателя относительно того можно ли настаивать на продлении срока концессионного договора, если например вторая сторона – концедент не дает согласия на его продления, ведь из смысла части 2 статьи 32 Закона “О концессиях” продление возможно только по соглашению сторон законодателя.

Однако могут возникнуть обстоятельства, такие например, задержка в завершении или приостановление эксплуатации объекта концессионного соглашения в результате форс-мажорных обстоятельств; приостановление проекта в результате действий государственных органов власти; повышение издержек, не предусмотренных в самом договоре, в результате требований концедента, если концессионер не может возместить данные издержки без соответствующего продления срока концессионного соглашения и другие. В силу этого видится возможность предоставления концессионеру права на продление срока концессионного договора, закрепив его в статье 30 Закона “О концессиях”, дополнив указанную статью новым абзацем следующего содержания: “право продления срока концессионного договора в случае задержка в завершении или приостановление эксплуатации объекта договора в результате форс-мажорных обстоятельств; приостановление проекта в результате действий государственных органов власти; повышение издержек, не предусмотренных в самом договоре, в результате требований концедента”.

В соответствии со статьей 33 Закона “О концессиях” по истечении максимального срока действия концессионного договора, если иное не установлено законодательными актами, концессионер, добросовестно выполнявший условия этого договора, имеет право на заключение нового концессионного договора в отношении того же объекта концессии без проведения конкурса (аукциона) на согласованных с концедентом условиях. О своем желании заключить новый концессионный договор концессионер должен письменно уведомить концессионный орган не позднее чем за один год до истечения срока действия концессионного договора [1]. Для этого ему необходимо разработать концессионное предложение и согласовать с соответствующими государственными органами. Также установлена норма закрепляющая срок заключения нового договора, он должен быть заключен сторонами не позднее чем за два месяца до истечения срока действия концессионного договора, если иной срок не был установлен концессионным договором. При этом его условия не могут быть менее выгодными для концедента по сравнению с условиями концессионного договора, срок действия которого истекает [1, ст. 33].

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что концессионный договор представляет собой одну из форм привлечения инвестиций в экономику. В Республике Беларусь, в условиях острой нехватки инвестиционных ресурсов, в том числе находящихся в распоряжении государства, применение такой формы вложения средств могло бы обеспечить приток в нее долгосрочных инвестиций. Принятие концессионного законодательства имеет принципиальное значение для эффективного управления государственной собственностью в разных отраслях экономики.

#### **Список использованных источников**

*1 О концессиях: закон Республики Беларусь, 12 июля 2013 г. № 63-з. Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. 2013. № 111. 2/2061.*



## ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ КОРПОРАТИВНИХ ПРАВ

В сучасних ринкових умовах особливого значення набуває розвиток корпоративних правовідносин.

З поняттям корпоративних прав пов'язано ряд проблем теоретично-прикладного характеру. Зокрема, до цього часу точаться дискусії з приводу самого поняття “корпоративні права” та змісту, який в них включати. Проте, чіткого і однозначного поняття корпоративних прав не має.

Визначення корпоративних прав міститься у Господарському кодексі України, Податковому кодексі України та в Законі України “Про акціонерні товариства”.

Відповідно до ст. 167 Господарського кодексу України, корпоративні права – це права особи, частка якої визначається у статутному капіталі господарської організації, що включають правомочності на участь цієї особи в управлінні господарською організацією, отримання певної частки прибутку (дивідендів) даної організації та активів у разі ліквідації останньої відповідно до закону, а також інші правомочності, передбачені законом та статутними документами. Важливо підкреслити, що володіння корпоративними правами не вважається підприємництвом.

Податковий кодекс України дослівно перейняв визначення корпоративних прав : “корпоративні права – це права особи, частка якої визначається у статутному фонді (майні) господарської організації, що включають правомочності на участь цієї особи в управлінні господарською організацією, отримання певної частки прибутку (дивідендів) даної організації та активів у разі ліквідації останньої відповідно до закону, а також інші правомочності, передбачені законом та статутними документами”.

У свою чергу, Закон України “Про акціонерні товариства” закріплює більш конкретне, можна сказати “спеціальне” визначення корпоративних прав, а саме: “Корпоративні права – сукупність майнових і немайнових прав акціонера – власника акцій товариства, які впливають із права власності на акції, що включають право на участь в управлінні акціонерним товариством, отримання дивідендів та активів акціонерного товариства у разі його ліквідації відповідно до закону, а також інші права та правомочності, передбачені законом чи статутними документами”.

Таким чином із вище викладеного можна зробити висновок, що законодавець оперує як “загальним” визначенням корпоративних прав, так і “спеціальним” визначенням, яке стосується конкретної організаційно-правової форми суб'єкта господарювання (у даному випадку – акціонерного товариства).

Взагалі корпоративними правами можуть володіти будь-які особи, що мають відповідний обсяг правоздатності та дієздатності, у тому числі суб'єкти господарювання, фізичні та юридичні особи, держава, територіальні громади.

Основою усіх корпоративних прав є правовий зв'язок, який виникає між засновниками та створеним суб'єктом. Специфіка корпоративного права виявляється, зокрема, в тому, що воно, у свою чергу, складається з низки прав, яке кожне окремо можна назвати корпоративним правом. Це право на одержання дивідендів, право на управління, право на отримання частини прибутку тощо.

Науковці пропонують розглядати корпоративні права в об'єктивному та суб'єктивному значенні. Корпоративне право як право об'єктивне можна розглядати як систему юридичних норм, що регулюють групу суспільних відносин, яка виникає у зв'язку із створенням і функціонуванням юридичних осіб у результаті реалізації суб'єктами цивільних правовідносин права бути їх засновниками (учасниками).

Теоретичне визначення корпоративних прав в суб'єктивному розумінні викликало у

науковців ряд дискусій.

Зокрема, Н.С. Глузь вказує на те, корпоративне право в суб'єктивному значенні – це сукупність прав, які виникають у акціонера чи учасника корпорації внаслідок набуття ними відповідного права власності на акції, права власності на частку в статутному фонді товариства з обмеженою відповідальністю та товаристві з додатковою відповідальністю і які закріплені в чинному законодавстві України та внутрішніх нормативних актах самої корпорації. Автор пов'язує наявність корпоративних прав з часткою в статутному капіталі господарського товариства [3, с. 10].

Такої ж думки дотримується С. Артеменко, який визначає корпоративні права в суб'єктивному значенні як права, що передбачені законом та внутрішньокорпоративними нормативними актами, які виникають у акціонера чи учасника корпорації внаслідок набуття ними відповідного права власності на акції, права власності на частку в статутному фонді товариства з обмеженою відповідальністю та товаристві з додатковою відповідальністю і які закріплені в діючому законодавстві України та внутрішніх нормативних актах самої корпорації” [1, с. 23-24].

В. М. Кравчук визначає корпоративні права як сукупність правових можливостей учасника певної юридичної особи, зміст яких визначається її організаційно-правовою формою. На його думку, корпоративні права не слід пов'язувати тільки з господарськими товариствами, а також вони виникають у засновника (учасника) щодо будь-яких юридичних осіб незалежно від того, чи формується статутний (складений) капітал [4, с. 261].

Як ми бачимо, у вчених існують принципи розходження з приводу того, щодо яких саме юридичних осіб стосується суб'єктивне корпоративне право. Думки розходяться з приводу того, чи корпоративні права можуть належати тільки учасникам таких юридичних осіб, статутний (складений) капітал яких поділений на частки, або ж вони також виникають у засновників приватних підприємств, дочірніх підприємств та інших господарських організацій незалежно від організаційно-правової форми, статутний капітал яких не поділяється.

На переконання О. Крупчана, корпоративні права є приватними правами, які мають чітко виражений матеріальний зміст майнового і немайнового характеру і впливають із відносин щодо створення, функціонування та припинення підприємницьких товариств [5, с. 72]. На користь цієї думки повинне свідчити й те, що в усіх визначеннях корпоративних прав, що пропонуються в національному законодавстві, їх перелік не є виключним. Водночас цей автор зазначає, що під суб'єктивним корпоративним правом варто розуміти певні можливості (сукупність майнових та немайнових прав) учасників корпорації, які виникають на підставі участі в її діяльності [5, с. 76]. Хотілося б надати деяке уточнення. Вважаємо, що корпоративні права виникають не на підставі участі, а на підставі набуття статусу учасника товариства. Адже участь в діяльності корпорації може мати багатогранне забарвлення. Участь у діяльності корпорації можуть брати особи, які перебувають у трудових відносинах з корпорацією, або ж менеджмент, що на підставі цивільно-правових домовленостей здійснює управління поточними справами корпорації від імені власників – учасників. На противагу, набуття правового статусу учасника товариства породжує специфічну правову площину здійснення корпоративних прав. Інші особи, що цього статусу не набувають, корпоративні права не здійснюють.

Найбільш влучним, на нашу думку, є визначення В. А. Васильєвої, яка зазначає, що: “Корпоративне право в суб'єктивному розумінні треба розуміти як право особи, об'єднуючи зусилля та капітал, бути учасником корпорації (юридичної особи)” [2]. В даному випадку наявність корпоративних прав пов'язується з організаційним оформленням юридичної особи у вигляді корпорації.

Отже, а) корпоративні права становлять собою суб'єктивні правомочності учасників корпорації; б) корпоративні права виникають у особи, яка набула статусу учасника товариства. Більше того, і безпосереднє здійснення корпоративних прав може мати місце тільки в силу набуття цього статусу, що формально підтверджує приналежність особи до корпорації.

### **Список використаних джерел**

1. Артеменко С. В. Цивільно-правові проблеми управління акціонерним товариством: дис... канд. юрид. наук: 12.00.03. НАН України; Інститут держави і права ім. В. М. Корецького. К., 2004. 195 с.
2. Васильєва В.А. До питання про поняття корпоративного права. URL: <http://www.lawyer.org.ua>.
3. Глуш Н. С. Корпорації та корпоративне право : поняття, основні ознаки та особливості захисту : автореф. дис. ... канд. юрид. наук. К., 2000. 23 с.
4. Кравчук В.М. Корпоративне право. Науково-практичний коментар законодавства та судової практики. К.: Істина 2008. 720 с.
5. Крупчан О. Публічні і приватні засади в корпоративному праві України: правові питання. Вісник Академії правових наук України. 2004. № 2 (37). С. 71–79.

**Панько М. Є.**

асистент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВЧИНЕННЯ ЗЛОЧИНУ В ІНТЕРЕСАХ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ ЯК ОБСТАВИНА, ЯКА ПІДЛЯГАЄ ДОКАЗУВАННЮ ДЛЯ ЗАСТОСУВАННЯ ЩОДО НЕЇ ЗАХОДІВ КРИМІНАЛЬНО-ПРАВОВОГО ХАРАКТЕРУ**

У ЦК України передбачений припис відповідно до якого орган або особа, яка відповідно до установчих документів юридичної особи чи закону виступає від її імені, зобов'язана діяти в інтересах юридичної особи, добросовісно і розумно та не перевищувати своїх повноважень (ч. 3 ст. 92). Відповідно до п. 2 примітки до ст.96-3 КК України злочини, визнаються вчиненими в інтересах юридичної особи, якщо вони призвели до отримання нею неправомірної вигоди або створили умови для отримання такої вигоди, або були спрямовані на ухилення від передбаченої законом відповідальності.

Насамперед, необхідно з'ясувати, що слід розуміти під поняттям “інтерес”. Власне це питання було предметом розгляду Конституційного Суду України у справі від 01 грудня 2004 р. № 18-рп/2004 щодо офіційного тлумачення окремих положень частини першої статті 4 Цивільного процесуального кодексу України (справа про охоронюваний законом інтерес). КСУ у своєму рішенні зазначив, що “у загальносоціологічному значенні категорія “інтерес” розуміється як об'єктивно існуюча і суб'єктивно усвідомлена соціальна потреба, як мотив, стимул, збудник, спонукання до дії; у психології – як ставлення особистості до предмета, як до чогось для неї цінного, такого, що притягує. В юридичних актах термін “інтерес”, враховуючи його як етимологічне, так і загальносоціологічне, психологічне значення, вживається у широкому чи вузькому значенні як самостійний об'єкт правовідносин, реалізація якого задовольняється чи блокується нормативними засобами” (п. 3.1).

Видається, інтереси юридичної особи повинні впливати із мети та завдань її діяльності, а відтак бути зафіксованими у статутних документах підприємства, установи, організації. Так, наприклад, у Статуті ТзОВ “Товариство” від 10 квітня 2016 р. протокол №1 вказується, що основними цілями його діяльності є: здійснення виробничої та комерційної діяльності, задоволення громадських потреб в продукції та послугах, вироблених Товариством, насичення ринку України товарами та послугами високої якості з метою підвищення добробуту народу України та одержання прибутку, реалізація на підставі отриманого прибутку соціально економічних інтересів членів трудового колективу та учасників Товариства. Як впливає із вказаного Статуту Товариства однією із цілей його діяльності є отримання прибутку. Однак такий прибуток повинен бути отриманий на законних підставах. У протилежному ж випадку, за наявності підстав, передбачених ст.96-3 КК України до відповідної юридичної особи будуть застосовані заходи кримінально-правового характеру. Прикладом цьому слугує вирок Жовтневого районного суду м. Маріуполя Донецької області від 1 вересня 2016 р. Так, 2 липня 2016 року до військовослужбовця Управління Служби безпеки України в Донецькій області В. звернувся керівник ПП ВКФ “Карнеол” А. з пропозицією надання першому щомісячної неправомірної вигоди у розмірі близько 130 000,00 грн., в залежності від об'єму перевезень за безперешкодне перевезення вантажів транспортом

ПП ВКФ “Карнеол” автомобільними дорогами України понад встановлені граничні норми ваги з розрахунку одна гривня за одну тону вантажу. Відразу після зустрічі підполковник доповів про вказану подію безпосередньому керівництву Управління Служби безпеки у Донецькій області у формі рапорту, за результатами розгляду якого, військовою прокуратурою зареєстроване кримінальне провадження за ознаками кримінального правопорушення, передбаченого ч. 1 ст.369 КК України та розпочато досудове розслідування. У цей же день, в рамках проведення контролю за вчиненням злочину, в ході зустрічі військовослужбовця та керівника ПП ВКФ “Карнеол”, останній передав В. грошові кошти у розмірі 400 доларів США, що еквівалентно 9 920,00 грн., після чого був затриманий правоохоронцями.

Суд визнав А. винуватим у вчиненні кримінального правопорушення, передбаченого ч.1 ст.369 КК України та призначив покарання у виді 600 неоподаткованих мінімумів доходів громадян у розмірі 10200 грн. Окрім того, відповідно до вимог ст.ст.96-3, 96-7 КК України суд прийшов до висновку про необхідність застосування до юридичної особи заходів кримінально-правового характеру, оскільки під час судового розгляду встановлено, що обвинувачений є власником ПП ВКФ “Карнеол” та злочин скоїв в інтересах юридичної особи, тому судом було застосовано штраф виходячи з двократного розміру незаконно одержаної неправомірної вигоди, що склало 19840 грн.[1]. Таке рішення суду є справедливим оскільки А., вчиняючи корупційний злочин, діяв в інтересах ПП ВКФ “Карнеол”, яке б завдяки безперешкодному перевезенню вантажів понад встановлені граничні норми, отримало матеріальну вигоду та покращило своє становища на ринку. Втім у рішенні суду не зазначено в чому полягав інтерес відповідної юридичної особи.

Видається, інтереси юридичної особи повинні впливати із мети та завдань її діяльності, а відтак бути зафіксованими у статутних документах підприємства, установи, організації. У зв’язку з цим необхідно визначитись в яких саме документах містяться відомості про вчинення злочину в інтересах юридичної особи, які способи їх отримання, а також яким чином здійснюється їх дослідження. Власне такий перелік документів є достатньо широкий та залежить від виду діяльності юридичної особи, а відтак від злочинного посягання, яке здійснюється від її імені та в її інтересах. Так, у випадку вчинення корупційних злочинів (ст.368-3, ст. 368-4, ст. 369, ст. 369-2 КК України) такими можуть бути документи, які надавалися уповноваженою особою юридичної особи під час здійснення підкупу службової чи іншої особи для вчинення останньою дій в інтересах юридичної особи. Наприклад, для участі у тендері уповноважена особа юридичної особи надає цінову пропозицію, кошторис, довідку, що посадова особа учасника уповноважена представляти інтереси юридичної особи, довідку, що учасник не визнаний в установленому законом порядку банкрутом і щодо нього не відкрита ліквідаційна процедура тощо. В подальшому з метою перемоги у тендері пропонує неправомірну вигоду службовій особі тендерного комітету. Відтак, у поданих документах буде міститися інформація, що уповноважена особа діяла від імені та в інтересах юридичної особи.

Такі документи можуть знаходитись безпосередньо в установі, яка оголосила про проведення тендеру, в уповноваженій особі юридичної особи або передані особі щодо якої здійснюється підкуп. У першому випадку орган досудового розслідування, як сторона кримінального провадження, вправі здійснити тимчасовий доступ до тендерної документації з подальшим її вилученням. Якщо ж вказані документи знаходяться в уповноваженій особі юридичної особи або в особі щодо якої здійснюється підкуп, то вони можуть бути вилучені слідчим, прокурором під час проведення обшуку приміщень, транспортних засобів, іншого володіння осіб, в якому знаходяться відповідні особи, обшуку затриманої особи або оглядів місця події. Окрім того, орган досудового розслідування, здійснюючи безпосереднє переслідування підозрюваної особи (уповноваженої особи), у відповідності до ч.3 ст. 233 КПК України вправі провести обшук володіння особи без ухвали слідчого судді, в ході якого може здійснити вилучення записників (так званих “чорнових записів, чорної бухгалтерії”) та інших документів у яких може містись інформація про вчинення злочину від імені та в інтересах юридичної особи.

#### **Список використаних джерел**

1. Вирок Жовтневого районного суду м. Маріуполя Донецької області від 1 вересня 2016 р. Справа № 263/9687/16-к. URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/60185433>.

## **ТИПОВІ СЛІДЧІ ВЕРСІЇ ПІД ЧАС РОЗСЛІДУВАННЯ ПОСТАНОВЛЕННЯ СУДДЕЮ (СУДДЯМИ) ЗАВІДОМО НЕПРАВОСУДНОГО ВИРОКУ, РІШЕННЯ, УХВАЛИ АБО ПОСТАНОВИ**

Типові слідчі версії є невід'ємною частиною методики розслідування кримінальних правопорушень. Водночас необхідно зважати на те, що в основу типових версій покладено типову ситуацію як визначене становище в розслідуванні постановлення суддею (суддями) завідомо неправосудного вироку, рішення, ухвали або постанови, що характеризується певним співвідношенням відомого та невідомого в ході розслідування.

Окрім цього, версія виступає передумовою для планування роботи під час розслідування, постаючи одночасно тим орієнтиром, якого дотримується слідчий у процесі збирання, дослідження і оцінки доказів.

У криміналістиці проблема висування і перевірки версій розглянута низкою провідних вчених, серед яких Г. М. Александров, В. К. Гавло, В. О. Коновалова, О. Н. Колесніченко, В. Л. Синчук, В. Ю. Шепітько та інші. У їхніх роботах досліджувалися природа версії, різновиди, сутність, процес висування і перевірки. Деякі криміналісти розглядають слідчі версії як частину планування розслідування, інші – як самостійну сторону слідчої діяльності і зазначають, що розробка і перевірка версій передують плануванню розслідування (тобто планування – це перевірка слідчих версій). Інша група криміналістів замінює цю проблему на обставини, що підлягають з'ясуванню в ході розслідування.

Загалом, слідча версія – це складний, єдиний, багатогранний мисленевий процес, основу якого утворює припущення (але не одне лише проблематичне судження і який включає також певні результати пізнавального процесу, що водночас не можна звести до будь-якого одного з цих результатів [1, с. 74]. Я. Пещак зазначає, що слідча версія – це обґрунтоване зібраним матеріалом припущення слідчого про форми зв'язків і причини окремих явищ розслідування події (або події в цілому) як одне з можливих пояснень встановлених на цей час фактів і обставин [1, с. 95].

І. М. Лузгін зауважив, що версія в розслідуванні злочинів являє собою одне з можливих обґрунтованих можливих пояснень походження і сутності фактів, що підлягають встановленню у кримінальному провадженні і використовуються як докази [2, с. 90]. Далі він конкретизує, що загальні версії приблизно пояснюють сутність і походження деякої сукупності фактів, що утворюють злочин. Окремі версії приблизно пояснюють або окремі факти, що підлягають доказуванню, або відомості про них – докази [2, с. 91]. Для невідкладних слідчих (розшукових) дій характерне нагромадження, первісне вивчення фактичних даних і побудова версій, подальше дослідження вже наявних фактичних даних, одержання і дослідження нових [2, с. 57].

Висування версій завжди обумовлене видом злочину, способами його вчинення і, головним чином, тією інформацією, яка виявляється на початковому етапі [3, с. 47]. Загальними версіями про характер події, що відбулась, при розслідуванні постановлення суддею (суддями) завідомо неправосудного вироку, рішення, ухвали або постанови, можна назвати:

- 1) мають місце ознаки постановлення завідомо неправосудного рішення;
- 2) ознаки постановлення завідомо неправосудного рішення відсутні, виявлене діяння не є кримінальним правопорушенням;
- 3) мають місце ознаки іншого кримінального правопорушення.

Наступним структурним елементом системи типових версій є окремі версії, що будуються за окремими елементами криміналістичної характеристики злочину, передбаченого ст. 375 КК України, тобто висуваються детальні версії, які мають виключно криміналістичне, а не кримінально-правове чи процесуальне значення. Таким чином, окремі версії будуть

характеризувати саме судові рішення та ознаки його незаконності. Такими будуть:

1) В залежності від особи злочинця:

1.1. Постановлення рішення судом:

– рішення прийняте суддею одноособово;

– рішення прийнято судом колегіально.

1.2. Рішення прийнято судом присяжних

2) В залежності від епізодів злочинної діяльності:

– рішення було прийняте одноразово;

– рішення було прийняте декілька разів

3) В залежності місця вчинення злочину:

– рішення прийнято за місцем знаходження потерпілого (місцем його проживання, реєстрації тощо);

– рішення прийнято іншим судом (територіально віддаленим);

3) В залежності від способу вчинення:

– має місце готування до прийняття рішення;

– готування не було;

– має місце приховування слідів кримінального правопорушення;

– приховування не було.

4) В залежності від мотивів вчинення:

– мають місце корисливі мотиви;

– має місце перешкодження законній професійній діяльності журналіста;

– мають місце інші особисті інтереси;

– мотиви постановлення судового рішення не було, має місце незнання законодавства.

Підсумовуючи треба зазначити, що типові слідчі версії, що будуються слідчим, під час розслідування постановлення суддею (суддями) завідомо неправосудного вироку, рішення, ухвали або постанови, можуть бути досить різноманітними залежно від підходу до критеріїв їх диференціації. Зокрема, висування загальних версій є важливим етапом планування та здійснюється в тій стадії розслідування, коли вже проведені основні невідкладні слідчі (розшукові) дії. Аналізуючи отримані докази, слідчий висуває найбільш імовірні версії, серед яких вагомого значення набувають версії відносно мотивів вчинення злочину.

#### **Список використаних джерел**

1. Пещак Я. Следственные версии. Криминалистическое исследование. М.: Прогресс, 1976. 228 с.
2. Лузгин И. М. Расследование как процесс познания: Учебное пособие: М.: НИ и РИО, 1969. 125 с.
3. Коновалова В. Е. Версия: концепция и функции в судопроизводстве. Харьков: Консум, 2000. 176 с.

**Мартьянов С. С.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА НАЙМАНСТВО**

Важливою складовою вивчення будь-якого правового поняття є аналіз його розвитку, що передбачає звернення до пам'яток права. Таке дослідження власне дає змогу краще зрозуміти сутність явища, що розглядається, використати накопичений століттями юридичний досвід, допомагає оцінити тенденції розвитку сучасних правових інститутів, а відтак має істотне значення для наступності правових норм [1, с. 240]. З огляду на зазначене, значимість історико-правового аналізу не викликає сумнівів, оскільки таким чином можна простежити розвиток кримінального законодавства, з'ясувати реальні умови становлення конкретного об'єкту, на який здійснюється посягання, а також виявити переваги окремих законодавчих конструкцій, які варто врахувати у сучасності. Не є виключенням в цьому

випадку і вивчення генезису розвитку кримінальної відповідальності за найманство.

Варто звернути увагу на те, що кримінально-правова заборона найманської діяльності протягом тривалого часу не була встановлена. Такий стан речей є свідченням того, що найманство в історії людства не вважалось злочинним явищем, а навпаки було затребуваним з огляду на велику чисельність воєн, а відтак використання найманців було поширеною практикою. З цього приводу П. І. Репешко справедливо зауважує, що найманство з'явилося в історії людства у відповідь на попит на людей, які обрали своїм ремеслом вбивати собі подібних у ході ведення війни. Таких людей війна годувала і стала їм за спосіб життя, у зв'язку з чим їх чисельність зростала [2, с. 799].

Використання найманців було звичним явищем ще з часів Київської Русі. У різні часи київські князі мали наймані військові загони варягів, угорців, печенігів, кочівників, поляків та ін. [3, с. 73]. Служба найманців зводилась до охорони кордонів князівства та виконання завдань князя. У зв'язку з найманською діяльністю сторони уклали договір на певний строк (зазвичай 12 місяців), після чого він міг бути розірваний чи поновлений. Таким чином можна констатувати, що дії найманців за часів Київської Русі не лише не розглядались як злочинні, але й були цілком закономірні. Така практика продовжувалась протягом тривалого часу, оскільки у пам'ятках права не міститься жодної згадки про кримінально-правову заборону найманської діяльності ("Руська Правда", Литовські статuti 1529, 1566, 1588 р., "Права, за якими судиться малоросійський народ" 1743 р., Уложення про покарання кримінальні і виправні" 1845 р., "Кримінальне Уложення" 1903 р., КК УРСР 1922 та 1927р.). Втім доводиться констатувати, що попит на найманців все ж поступово зменшувався. Такий стан речей власне можна пояснити тим, що, по-перше, використання найманців у збройних конфліктах дорого обходилося казні, по-друге, вони не викликали довіри, оскільки при невиплаті винагороди, могли перейти на бік противника. Скажімо при царі Михайлі 1630 р. почалось формування полків нового строю. Однак набір солдатів-іноземців виявився невдалим з огляду на затребування найманцями надмірно високої платні за свої "послуги". Тому в подальшому на службу приймали тільки офіцерів із патентами і рекомендаціями.

Втім розвиток цивілізації вимагав правового врегулювання даного соціального явища, яке мало як позитивну, так і негативну сторони. Поступово сформувався міжнародно-правовий механізм регулювання цієї сфери відносин. У зв'язку з цим найманство було вперше визнано злочином на підставі Закону України "Про внесення змін і доповнень до деяких законодавчих актів України" від 11 листопада 1993 р. № 3582-ХІІ. Так, КК 1960 р. було доповнено ст. 63-1 у якій регламентувалась кримінальна відповідальність за найманство. Стаття складалася з двох частин. Власне в основному складі злочину кримінально-караним визнавалось вербування, фінансування, матеріальне забезпечення, навчання найманців з метою використання у збройних конфліктах інших держав або у насильницьких діях, спрямованих на повалення державної влади або порушення територіальної цілісності, а так само використання найманців (ч.1 ст.63-1). Такі дії карались позбавленням волі на строк від трьох до десяти років. Кваліфікованою ознакою найманства визнавалась участь найманця без дозволу відповідних органів державної влади у збройних конфліктах інших держав з метою отримання матеріальної винагороди або іншої особистої вигоди (ч. 2 ст. 63-1). За вказані дії передбачалась більш суворі міра покарання – позбавлення волі на строк від п'яти до дванадцяти років.

У порівнянні із чинною нормою (ст. 447 КК України) зазначена стаття мала декілька відмінностей, а зокрема: 1) у нормі попередниці участь найманця у збройних конфліктах виступає більш суспільно-небезпечною у порівнянні з їх вербуванням, фінансуванням, матеріальним забезпеченням, навчанням чи використанням; 2) звужена мета здійснення найманської діяльності, оскільки у ст.63-1 КК УРСР описано, що такі дії спрямовані на повалення державної влади або порушення територіальної цілісності, тоді як у чинній нормі цей перелік є ширшим; 3) у ст. 63-1 КК УРСР законодавець встановив кримінально-правову заборону використання найманців у збройних конфліктах інших держав або насильницьких діях, натомість, у ст. 447 КК України кримінально-караним визнається ще й участь у воєнних діях.

Таким чином можна констатувати, що кримінально-правова заборона найманства

триває протягом відносно невеликого періоду часу, а відтак відповідну норму не можна вважати достатньо апробованою. З огляду на це вона продовжує розвиватись і сьогодні. Втім пильний інтерес науковців до питання кримінальної відповідальності за найманство не є випадковим, а зумовлений власне складністю цього злочинного явища, яке не знає територіальних меж та несе серйозну загрозу міжнародній стабільності.

#### **Список використаних джерел**

1. Яциніна М.-М. *Історія розвитку кримінально-правової регламентації відповідальності за службові зловживання в Україні. Підприємництво, господарство і право.* № 3. 2017. С. 240–243.
2. Репешко П. І. *До питання боротьби з найманством правовими засобами. Актуальні проблеми політики.* Вип. 38. 2009. С. 798–803.
3. Рыбаков Б. А. *Обзор общих явлений русской истории IX – середины XIII века. Вопросы истории.* № 4. 1962. С. 70–78.

**Олійник Х. В.**

аспірант

Національний університет “Львівська політехніка”

### **ГЕНЕЗИС РОЗВИТКУ КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПРОПАГАНДУ, ПЛАНУВАННЯ, ПІДГОТОВКУ, РОЗВ’ЯЗУВАННЯ ТА ВЕДЕННЯ АГРЕСИВНОЇ ВІЙНИ (РАДЯНСЬКИЙ ПЕРІОД)**

Будь-яке правове положення, яке існує у відповідній державі, неодмінно ґрунтується на її минулому, оскільки для того, щоб проаналізувати певний юридичний інститут, необхідно простежити його юридичну долю, тобто ті обставини, що спричинили появу цього припису, а також його видозміни у процесі еволюції [1, с. 2]. Власне вивчення генези та розвитку кримінальної відповідальності за пропаганду, планування, підготовку, розв’язування та ведення агресивної війни надасть змогу визначити переваги окремих законодавчих конструкцій, проаналізувати неузгодженості, які існували у минулому, а відтак уникнути негативного правового досвіду в цій частині.

“Декрет про мир” від 26 жовтня 1917 р. був першим зовнішньополітичним актом Радянської Росії у якому зазначалось про нагальну потребу розпочати переговори про справедливий демократичний мир “без анексій (без захоплення чужих земель, без насильницького приєднання чужих народностей) і без контрибуцій”. Продовження війни розглядалось як найбільший злочин проти людства. 15 вересня 1922 р. був введений в дію КК УРСР, який складався з двох частин – Загальної та Особливої. З метою встановлення єдиного кримінального законодавства і каральної політики всіх радянських республік, в його основу було покладено КК РСФРР. У цій пам’ятці права відповідальність за розглядувані посягання передбачена у Главі I Особливої частини “Державні злочини”. У ч.1 ст.58 КК УРСР встановлювалась заборона організації в контрреволюційних цілях збройних повстань або вторгнення на радянську територію збройних загонів або банд або участь у будь-якій спробі з цією ж метою захопити владу в центрі й на місцях або насильницьким способом відторгнути від УСССР будь-яку частину її території або розірвати укладені нею договори. Як бачимо, у вказаній статі наведені окремі види дій, які охоплюються поняттям “агресія”. За їх вчинення передбачалась вища міра покарання з конфіскацією всього майна. Втім законодавцем були встановлені також певні обмеження щодо кола осіб до яких не могла бути застосована вища міра репресій, зокрема, неповнолітні.

В подальшому був прийнятий КК УРСР 1927 р., який мало чим відрізнявся від свого попередника. Аналізовані посягання законодавцем були віднесені до контрреволюційних злочинів, якими вважалися, зокрема, дії, спрямовані на повалення, підриг або послаблення влади, а також зовнішньої безпеки Союзу РСР (ст. 54-1) [2]. Чи не вперше відповідальність за пропаганду війни була передбачена ст. 54-10, яка містила наступний припис: “За



пропаганду або агітацію, яка полягає в заклику до підриву, повалення або послаблення радянської влади чи до вчинення окремих контрреволюційних злочинів (ст. 54-2 – 54-9), а також за розповсюдження чи виготовлення або зберігання літератури того самого змісту застосовується позбавлення волі на строк, не менше як шість місяців...”. Таким чином, законодавець того часу не диференціював відповідальність за окремі різновиди пропаганди, а об’єднав їх в одну загальну норму, серед яких є, зокрема, заборона пропаганди до збройного повстання або вторгнення на радянську територію озброєних банд, щоб силоміць відірвати від Союзу РСР та окремої союзної республіки будь-яку частину її території (ст. 54-2). Втім норми цього кодексу, як і попереднього були сформульовані нечітко, що створювало можливість розширеного тлумачення та застосування широкого кола репресій до осіб, винних у вчиненні того чи іншого злочину.

Вартим уваги є Закон “Про захист миру” від 12 березня 1951 р. прийнятий Верховною Радою ССРСР, в якому закріплювались положення щодо заборони пропаганди війни, в якій би формі вона не велася, оскільки це підриває справу війни, створює загрозу нової війни і є найтяжчим злочином проти людства. Осіб винних у пропаганді війни віддавати до суду і судити як тяжких кримінальних злочинців. Таким чином можна зробити висновок, що у цьому нормативно-правовому акті пропаганда війни не розглядалась як один із контрреволюційних або державних злочинів, а вважалася найтяжчим злочином проти людства. Схожими є положення Закону “Про кримінальну відповідальність за державні злочини” від 25 грудня 1958 р., у якому пропаганда війни, в якій формі вона б не велась, каралася позбавленням волі на строк від трьох до восьми років з висилкою на строк від трьох до п’яти років або без такої (ст. 71). Зазначена норма є дещо “розмитою”, оскільки законодавцем не конкретизовано форми пропаганди, що могло призвести до необґрунтованої криміналізації діяння. Окрім того, як випливає з аналізу санкції вищевказаної статті, за пропаганду війни встановлено доволі суворе покарання. Скажімо, у цьому ж Законі за публічні заклики до вчинення державної зради, терористичного акту або диверсії (ст. 70-1), а також до насильницької зміни конституційного устрою (ст. 70) передбачене покарання у виді позбавлення волі на строк до трьох років або штраф. Втім, така позиція законодавця є виправданою, оскільки пропаганда війни несе загрозу не лише конкретній людині, але й нації, державі та міжнародній спільноті загалом.

28 грудня 1960 р. був прийнятий КК УРСР. Незважаючи на те, що цей нормативно-правовий акт виступає останньою ланкою в дослідженні історії розвитку кримінальної відповідальності за аналізовані злочини, та за твердженням науковців, є найбільш схожий із законодавчими підходами в частині кримінально-правової регламентації відповідальності за злочинні посягання порівняно з КК України [3, с. 15], втім у цьому документі не міститься норми, яка б встановлювала відповідальність за планування, підготовку, розв’язування та ведення агресивної війни. Очевидно, такий стан речей можна пояснити тим, що законодавець того періоду не вважав за необхідне доповнити КК відповідною статтею, оскільки аналізовані посягання визнавались злочинами міжнародного характеру, а відтак каралися нормами міжнародного законодавства. Водночас у КК УРСР 1960 р. вперше згадується про такі поняття як “агресивна війна” та “воєнний конфлікт”. Зокрема, у ст. 63 “Пропаганда війни” кримінально-караними визнавались публічні заклики до агресивної війни або до воєнного конфлікту, що вважало одним із злочинів проти держави. Отже ця норма за окремими ознаками об’єктивної сторони не відрізняється від тієї, яка регламентує відповідальність за пропаганду війни за КК України. Втім у ній не описані такі форми пропаганди війни як виготовлення матеріалів із закликами до вчинення таких дій з метою їх розповсюдження або розповсюдження таких матеріалів.

Таким чином, проведений історичний екскурс в частині регламентації кримінальної відповідальності за пропаганду, планування, підготовку, розв’язування та ведення агресивної війни дає підстави для висновків, що протягом тривалого часу злочини агресії не піддавались кримінально-правовій оцінці. Лише з розвитком людської цивілізації заборона ведення агресивних воєнних дій набувала імперативного характеру. Попри це, норми, які

регламентують кримінальну відповідальність за пропаганду, планування, підготовку, розв'язування та ведення агресивної війни продовжують розвиватись і сьогодні, а відтак відповідь на питання щодо їх дієвості та ефективності, оцінка вираженості караності таких діянь можлива лише на основі всебічного дослідження.

#### **Список використаних джерел**

1. Таганцев Н. С. Курс русского уголовного права. Часть Общая. СПб., 1874. Кн.1. 749 с.
2. Кримінальний кодекс УРСР затверджений Центральним Виконавчим Комітетом УРСР 8 червня 1927 року (офіційний текст із змінами та доповненнями станом на 01 листопада 1949 року, з постійними матеріалами та додатками). К.: Державне видавництво політичної літератури УРСР, 1950. 168 с.
3. Дімітров М. К. Відповідальність за погрозу в пам'ятках українського права. Наше право. № 1. 2019. С. 11–17.

**Barna A.**  
magister  
Associate Project Manger “Liondridge”  
Warsawa, Poland

## **ТЕРОРИЗМ – ОДНА З НАЙАКТУАЛЬНІШИХ ПРОБЛЕМ СУЧАСНОСТІ**

Тероризм як суспільно небезпечна діяльність, полягає у свідомому та цілеспрямованому застосуванні насильства і є великою загрозою життєвим інтересам будь-якої держави.

Проявами сучасного тероризму є різноманітні терористичні акти, такі як погрози вчинення злочинних дій, захоплення транспортних засобів, захоплення заручників, тортури, вбивства, підпали та інші, спрямовані проти широкого кола осіб і об'єктів.

Терористичні акти з метою досягнення злочинних цілей направлені на залякування людей, створюють загрози суспільству, мають публічний характер і діють на масову психологію.

Тероризм є насиллям над суспільною свідомістю, над прийняттям важливих рішень міжнародними організаціями, органами державної влади та місцевого самоуправління

Основними мотивами скоєння терористичних актів у світі є створення ускладнень або напруження у міжнародних відносинах, намагання перешкодити політичній, економічній або громадській діяльності, кримінальна діяльність, зокрема її транснаціональні форми.

За даними ООН тероризм є найбільш небезпечним засобом вирішення протиріч національного, територіального, релігійного, соціально-економічного, соціально-політичного і міждержавного характеру, який загрожує безпеці людства.

Характерними особливостями сучасного тероризму вважається:

- зростання транснаціональної організованої злочинності та пов'язаною з нею нелегальну торгівлю зброєю, радіоактивними матеріалами тощо;
- релігійна та етнічна ненависть, як наслідок процесу деідеологізації у внутрішньому житті ряду країн світу та міжнародних відносинах;
- використання досягнень науково-технічного прогресу, вдосконалення глобальних інформаційних технологій, високі темпи урбанізації у світі;
- розвиток нових видів тероризму, таких як інформаційний або електронний.

Слід зазначити, що зростанню тероризму сприяє нелегальна міграція, зокрема з країн, де діють терористичні організації.

Відмінною ознакою сучасних терористичних актів є високим рівень їх організації, наявність значних фінансових засобів, скасування границь між внутрішнім і міжнародним тероризмом, розширення зв'язків терористичних організацій з наркобізнесом і незаконною торгівлею зброєю.

Сьогодні терористичними організаціями для прикриття своєї злочинної діяльності створено ряд різних установ, компаній, фірм, банків, організована розгалужена мережа підпілля, складів зброї, боєприпасів та вибухових речовин. У світі існує загроза застосування

терористами бактеріальної та хімічної зброї, тобто зброї масового ураження.

Елементом сучасного тероризму є широке розповсюдження інформації про терористичний акт та його масштабне обговорення, оскільки непомітний або засекречений терористичний акт не має змісту.

Терористичні дії відносяться до категорій злочинів проти основ конституційного ладу і безпеки держави.

В останніх роках має місце масовий характер терористичних актів, що вимагає радикальних та комплексних заходів ліквідації самих причин і умов, що їх породжують. У боротьбі з тероризмом виділяють дві можливі стратегії: консервативну, яка передбачає часткові уступки вимогам терористів, такі як територіальні, моральні, виплата викупу тощо та прогресивну, яка полягає у повному знищенні терористів і їх прибічників, відмові від переговорів та заключення перемир'я.

Сьогодні необхідні цілеспрямовані зусилля по конкретних напрямках політичної, соціальної та економічної діяльності, направлені на те, щоб вимоги терористів не стали основним визначником зовнішньої політики.

#### **Список використаних джерел**

1. *Явище тероризму у сучасному світі.* URL: [osvita.ua/vnz/reports/sociology](http://osvita.ua/vnz/reports/sociology).
2. *Протидія тероризму – запорука внутрішньої безпеки держави.* URL: [http://vasrda.gov.ua/item/9110-protidiia\\_terorizmu\\_\\_zapоруka\\_vnutrishnoi\\_bezpeki\\_derzhavi.html](http://vasrda.gov.ua/item/9110-protidiia_terorizmu__zapоруka_vnutrishnoi_bezpeki_derzhavi.html).
3. *Гармашов І. Сутність сучасного тероризму і його основні характеристики.* URL: <http://www.personal.in.ua/article.php?ida=21>.
4. *Сукмановська Л. М. Щодо причин виникнення та поширення тероризму.* Науковий вісник ЛДУВС. № 2. 2014. С. 460–470.

Оверко Г. Я.

к.ю.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

### ОСОБЛИВОСТІ ВІДШКОДУВАННЯ ЗБИТКІВ ЗАПОДІЯНИХ СУБ'ЄКТУ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Під збитками розуміються витрати, зроблені управненою стороною, втрата або пошкодження її майна, а також не одержані нею доходи, які управнена сторона одержала б у разі належного виконання зобов'язання або додержання правил здійснення господарської діяльності другою стороною [1, ч. 2. ст. 224].

Згідно із положеннями ч. 3 ст. 216 ГК потерпіла сторона має право на відшкодування збитків незалежно від того, чи є застереження про це в договорі. А це означає, що обов'язок відшкодувати збитки прямо врегульовано законом.

Проте, якщо збитки згадані в господарському договорі, то слід уважно підійти до тлумачення таких положень договору. Оскільки, згідно закону якщо за невиконання або неналежне виконання зобов'язання встановлено штрафні санкції, то збитки відшкодовуються в частині, не покритій цими санкціями.

Крім цього, слід пам'ятати, що законом або договором можуть бути передбачені випадки, коли:

- допускається стягнення тільки штрафних санкцій;
- збитки можуть бути стягнуті у повній сумі понад штрафні санкції;
- за вибором кредитора можуть бути стягнуті або збитки, або штрафні санкції [1, Ст. 232].

Отже, закон дає право погодити договором вибір між відшкодуванням збитків або штрафних санкцій, або ж збитки можуть бути стягнуті в повній сумі.

За загальним правилом господарського кодексу: якщо за невиконання або неналежне виконання зобов'язання встановлено штрафні санкції, то збитки відшкодовуються в частині, не покритій цими санкціями. Тому, вважаємо, що в положеннях господарського договору юристам практикам для захисту інтересів конкретного суб'єкта господарювання варто вказувати фразу: “збитки, заподіяні контрагентом за договором стягуються у повній сумі понад штрафні санкції”.

Також норми цивільного кодексу передбачають можливість погодити договором розмір збитків, що підлягають відшкодуванню у твердій сумі (ч. 1 ст. 624 ЦК).

Господарсько-процесуальне законодавство регулює правила відшкодування збитків, зокрема, сторона, яка порушила своє зобов'язання або напевно знає, що порушить його, повинна невідкладно повідомити про це другу сторону; сторона господарського зобов'язання позбавляється права на відшкодування збитків у разі, якщо вона була своєчасно попереджена другою стороною про можливе невиконання нею зобов'язання і могла запобігти виникненню збитків своїми діями [2, Ст. 226].

Зважаючи на це окремі дослідники вважають, що інститут відшкодування збитків в українському законодавстві базується на таких загальних принципах: 1) повна компенсація збитків; 2) достовірність; 3) передбачуваність шкоди; 4) вжиття заходів для запобігання виникненню збитків [3].

У наукових колах прийнято також вважати, що усі збитки поділяються на два види:

- 1) витрати, які пов'язані із втратою або пошкодженням майна, (їх прийнято називати позитивною шкодою у майні, або прямими збитками);
- 2) витрати, які полягають у недоотриманні майна, яке повинно було примножитись у разі відсутності правопорушення за звичайних обставин – недоотримані доходи (втрачена або упущена вигода).

Проте, за господарським законодавством до складу збитків, що підлягають відшкодуванню особою, яка допустила господарське правопорушення, включаються:

1. вартість втраченого, пошкодженого або знищеного майна, визначена відповідно до вимог законодавства;

2. додаткові витрати (штрафні санкції, сплачені іншим суб'єктам, вартість додаткових робіт, додатково витрачених матеріалів тощо), понесені стороною, яка зазнала збитків внаслідок порушення зобов'язання другою стороною;

3. неодержаний прибуток (втрачена вигода), на який сторона, яка зазнала збитків, мала право розраховувати у разі належного виконання зобов'язання другою стороною;

4. матеріальна компенсація моральної шкоди у випадках, передбачених законом.

Враховуючи, що поняття збитків врегульовано і цивільним і господарським кодексом, науковці зробили спробу порівняти це правове врегулювання. Слід погодитись, що обидва кодекси потребують між собою узгодження, зокрема з питань:

а) складу збитків, що підлягають відшкодуванню особою, яка допустила правопорушення (ч. 2 ст. 22 ЦК і ч. 2 ст. 224 і ч. 1 ст. 225 ГК). Про це також наголошують і інші науковці, що на відміну від ЦК України, ГК України включає до складу збитків ще і матеріальну компенсацію моральної шкоди у випадках, передбачених законом [4, с. 77].

б) визначення поняття збитків – як вже наводилось обидва кодекси по різному тлумачать це поняття;

в) визначення змісту реальних збитків. Так до реальних збитків у ч. 2 ст. 22 ЦК відносяться:

– втрати, яких особа зазнала у зв'язку зі знищенням або пошкодженням речі, взагалі не згадуючи про вартість втраченої речі;

– витрати, які особа зробила або мусить зробити для відновлення свого порушеного права.

Але до реальних збитків у ч. 1 ст. 225 ГК України відноситься: вартість втраченого майна та вартість пошкодженого або знищеного майна. Як бачимо у ЦК взагалі не згадується про вартість втраченої речі, як про збиток.

г) встановлення єдиного (загального) правила щодо співвідношення збитків і неустойки (ч. 1 ст. 624 ЦК України і відповідна їй ч. 1 ст. 232 ГК України). Цивільним кодексом встановлюється штрафна неустойка, а господарським – залікова.

Погоджуємось у цьому питанні з авторами які наполягають, що слід внести відповідні зміни до ч. 1 ст. 232 ГК України шляхом встановлення у ній загального правила щодо застосування за порушення господарського зобов'язання штрафної неустойки.

Відшкодування збитків – основний вид господарсько-правової відповідальності, який посідає перше місце в системі господарсько-правової відповідальності, враховуючи те, що він застосовується у всіх випадках, коли інше прямо не передбачено законом, а також можливість реалізації права на відшкодування збитків незалежно від наявності відповідної умови в договорі, відсутність права суду (як загальне правило) на зменшення розміру доведених збитків на власний розсуд, компенсацію усіх витрат, понесених внаслідок вчинення господарського правопорушення. Відповідальність у формі відшкодування збитків забезпечує будь-які господарські зобов'язання, оскільки застосовується у всіх сферах господарських відносин: горизонтальних (у тому числі внутрішньогосподарських відносинах) і вертикальних, договірних і позадоговірних відносинах, у випадку будь-якого господарського правопорушення, якщо інше прямо не передбачено законом.

Слід підкреслити, що враховуючи основні принципи господарсько-правової відповідальності відшкодування збитків не звільняє правопорушника без згоди другої сторони від виконання прийнятих зобов'язань у натурі (ст. 216 ГК).

#### **Список використаних джерел**

1. *Господарський Кодекс України : Закон України від 16.01.2003. № 436, зі змінами та доповненнями. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 18. № 19, 20; № 21, 22. Ст. 144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#n1574>.*

2. *Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV., зі змінами та доповненнями. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.*

3. *Подольак С. А. Правове регулювання договірної відповідальності в господарських відносинах в умовах євроінтеграції України. Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2017, Серія право. Вип. 42. С. 123-127.*

4. *Селіванова І. А. Співвідношення Цивільного та Господарського кодексів України в регулюванні відповідальності за порушення у сфері господарювання. Хозяйственное законодательство Украины: практика применения и перспективы развития в контексте европейского выбора: Сб. науч. тр. НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований; Редкол.: Мамутов В.К. (отв. ред.) и др. Донецк: ООО "Юго-Восток, ЛТД", 2005. С. 77–78.*

**Оверко Г. Я.**  
к.ю.н., доцент,  
**Магдич С. В.**  
магістр

Львівський торговельно-економічний університет

## **ЗЕМЕЛЬНИЙ ПОДАТОК В УКРАЇНІ. РОЗМІРИ ТА ПРОЦЕС НАРАХУВАННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО ПОДАТКУ**

Земельний податок – це обов’язковий платіж, що справляється з власників земельних ділянок та земельних часток (паїв), а також постійних землекористувачів.

Земельні ресурси як неоціненне багатство держави слід використовувати раціонально та за цільовим призначенням. Для забезпечення фінансування заходів з раціонального використання та охорони земель, підвищення родючості ґрунтів, ведення державного земельного кадастру, дані якого є підставою для нарахування земельного податку, достовірність яких впливає на повноту наповнення бюджетів, та інших заходів, спрямованих на проведення земельної реформи, а також враховуючи зупинення нині дії розділу XIII “Плата за землю” Податкового кодексу щодо спрямування коштів від плати за землю виключно з метою фінансування зазначених заходів, має бути сформовано чітку систему підтримки державних програм стосовно їх проведення із зазначенням джерел фінансування [2].

Ставка податку за земельні ділянки, нормативну грошову оцінку яких проведено (незалежно від місцезнаходження), встановлюється у розмірі не більше 3 відсотків від їх нормативної грошової оцінки, для земель загального користування – не більше 1 відсотка від їх нормативної грошової оцінки, а для сільськогосподарських угідь – не менше 0,3 відсотка та не більше 1 відсотка від їх нормативної грошової оцінки, а для лісових земель – не більше 0,1 відсотка від їх нормативної грошової оцінки [5].

Земельні ресурси України є основною продуктивною силою нашого суспільства, вони забезпечують функціонування будь-якого виробництва й умови проживання людей. Використання землі в Україні є платним. Відповідно чинного законодавства до загальнодержавних податків і зборів належить плата за землю. Даний вид податку, поряд з податком на додану вартість і податком на прибуток, є одним з основних платежів, що сплачують суб’єкти підприємницької діяльності до державного бюджету.

Необхідність розробки заходів збільшення надходжень плати за землю пов’язана із наявними на сьогодні проблемами у системі адміністрування земельного податку й орендної плати за земельні ділянки, що негативно впливають на стан надходжень цієї плати до бюджету та можуть бути усунені лише шляхом розробки належно обґрунтованої дієвої предметної технології. Найбільш суттєвими з вказаних проблем є: використання земельних ділянок без правостановлюючих документів і не за цільовим призначенням; неврегульованість механізму обчислення плати за землі певних видів земель; наявність різних тлумачень при оподаткуванні земельних ділянок; недосконалість порядку сплати та надання пільг по податку на землю.

Проведення земельної та податкової реформ в Україні обумовило суттєві перетворення у сфері відповідних відносин та необхідність нових підходів до вирішення ряду проблем в оподаткуванні землі. Сьогодні аналіз чинного законодавства, яке регулює земельне оподаткування, є доцільним і актуальним як у практичному, так і в теоретичному аспектах. Особливо це важливо з позиції наповнення бюджетної системи країни коштами, що надходять від сплати земельного податку [3].

Земельний податок часто асоціюється з платою за користування землями, що перебувають у державній чи комунальній власності. Якщо їх зіставити то можна дійти таких висновків. У правовідносинах зі сплати земельного податку держава виступає верховним суб’єктом публічної влади. Держава саме як такий суб’єкт – носій верховної політичної влади має право встановлювати загальнообов’язкові для всіх приписи, у тому числі й

фінансово-правового характеру. Крім того, вона примусово забезпечує виконання обов'язків усіма суб'єктами. Правове регулювання земельного податку як виключного атрибуту держави базується на владному примусі і відзначається одноосібним характером [3].

Землі як об'єкт правових відносин виконують різні функції, зокрема: а) політичну (визначаючи територіальні межі суверенності державної влади та створюючи основу економічної незалежності держави, земля визнається основою економічної самостійності України, матеріальною основою суверенітету (Закон України "Про економічну самостійність Української РСР", Декларація про державний суверенітет), обмежена кордонами України і є власністю Українського народу); б) економічну (забезпечуючи базу для господарської діяльності); в) соціальну (окреслюючи місце та умови для життя людини); г) екологічну (як об'єктивний фактор безпечного для життя існування людини).

Базою оподаткування земельним податком є:

– нормативна грошова оцінка земельних ділянок з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного відповідно до порядку, встановленого Розділом XII ПКУ [1];

– площа земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких не проведено (п. 271.1 ст.271 ПКУ) [4].

Відповідні органи виконавчої влади з питань земельних ресурсів за запитом відповідного органу ДПС за місцезнаходженням земельної ділянки надають інформацію, необхідну для обчислення та справляння плати за землю, у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України. Платники плати за землю (крім фізичних осіб) самостійно обчислюють суму податку щороку станом на 01 січня і до 01 лютого поточного року подають до відповідного органу ДПС за місцезнаходженням земельної ділянки податкову декларацію на поточний рік за формою, встановленою у порядку, передбаченому ст. 46 Податкового кодексу, з розбивкою річної суми рівними частками за місяцями. Подання такої декларації звільняє від обов'язку подання щомісячних декларацій. При поданні першої декларації (фактичного початку діяльності як платника плати за землю) разом з нею подається довідка (витяг) про розмір нормативної грошової оцінки земельної ділянки, а надалі така довідка подається у разі затвердження нової нормативної грошової оцінки землі [6].

Зважаючи на те, що справляння плати за землю тісно пов'язано з наявністю документів на землю, обліком земельних ділянок, повнота надходження цієї плати залежить насамперед від співпраці податкових органів з органами місцевого самоврядування та виконавчої влади, із землепорядковими органами, нотаріальними конторами, регіональними відділеннями Фонду держмайна України та Бюро технічної інвентаризації. Плата за землю в повному обсязі зараховується до місцевих бюджетів за місцем розташування земельних ділянок і є вагомим джерелом наповнення місцевих бюджетів.

#### **Список використаних джерел**

1. Податковий кодекс України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/>.
2. Плата за землю. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/2238>.
3. Шульга Т. Земельний податок як джерело бюджетних доходів. URL: [http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/14933/1/Shulga\\_47-51.pdf](http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/14933/1/Shulga_47-51.pdf).
4. Обчислення та нарахування земельного податку. URL: <http://kyivobl.sfs.gov.ua/media-ark/news-ark/356912.html>.
5. Ставка земельного податку. URL: <https://dreamdim.ua/uk/zemelnyj-podatok-2020-stavky-pilgy-vidpovidalnist/>.
6. Стосовно обчислення та сплати плати за землю. URL: <http://sfs.gov.ua/media-tsentri/novini/print-57057.html>.

## МОДИФІКАЦІЯ ПРАВОВИХ ЗАСАД ЗУМОВЛЕНИХ РОЗВИТКОМ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Питання зміни внутрішньої будови права, розвитку системи права і системи законодавства, обумовленого інформаційним прогресом і бурхливим оновленням інформаційно-комунікаційної технології, в останні роки набуває все більшої актуальності.

Технології почали суттєво впливати на базові права та свободи людини. І цей вплив зростатиме та посилюватиметься. Технології штучного інтелекту (ШІ) використовуються для “прогностичної поліційної діяльності”, контролю перетину кордонів ЄС, найму персоналу та продуктивності працівників. Застосування штучного інтелекту в багатьох сферах призводить до виникнення “нової дискримінації”.

Комунікація відбувається між людиною і алгоритмом без участі інших людей, і саме алгоритм зараз може приймати ті чи інші рішення: від чатбота, що пропонуватиме найкращі варіанти для подорожі, до робота, що вирішуватиме, чи пропустити вас через кордон, чи застосувати проти вас зброю або чи прийняти вас на роботу.

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій істотно впливає на приватно-правові відносини. Виникають проблеми захисту засобів індивідуалізації (товарний знак, фірмове найменування, знак обслуговування і т. д.) від незаконного використання в глобальній комп’ютерній мережі Інтернет.

Одна з найсерйозніших загроз такого розвитку – виникнення нового виду злочинності – комп’ютерна злочинність. Для України комп’ютерна злочинність є відносно новим видом злочинності. В країні є низка нормативно – правових документів та законів, що описують проблеми забезпечення кібербезпеки держави. Проте ця база у сфері кіберзлочинності лише частково охоплює елементи, які потрібні для протидії кіберзагрозам.

Необхідність створення ефективної системи кібернетичної безпеки України відбулася після подій 2014 року. Інформаційна війна, яка відбувається між Росією і Україною, включає не тільки воєнні дії та інформаційно-психологічні операції, а також проведення кібернетичних атак.

Питання змін в законодавстві у вказаній сфері на даний час розглядається у більшості технологічно розвинених країнах. 6 липня 2016 року Європейський парламент ухвалив нову “Директиву з питань безпеки мереж та інформації” (“Network and Information Security Directive”), яка встановлює єдині правила та вимоги для всіх країн Єм у галузі кібербезпеки. Україна частково виконала вимоги, та надалі продовжує роботу у цьому напрямку.

У сфері трудових відносин інформаційно-комунікаційні технології призводять до формування таких нових для права явищ, які потребують вдосконалення чинного трудового законодавства. Наприклад, дистанційна трудова діяльність, яка на сьогоднішній день стає повноцінною альтернативою роботі в офісі.

В умовах інформаційного середовища оплата виконуваної роботи може бути виключно у вигляді конкретно обговорюваної плати за виконання конкретних завдань. Дана обставина сприяє трансформації самої трудової функції, яка зводиться до обов’язку виконувати конкретні завдання до конкретного терміну.

В індустріально розвинених державах і в державах з перехідним типом економіки використовуються концептуально різні підходи до формування системи актів, покликаних регулювати інформаційні відносини, що формуються в Інтернеті.

Існують Інтернет – суди. Прикладом є Китай – там їх вже є три. Подання заяви та порушення справи як і інші судові процедури можна здійснити на сайті. Слухання й оголошення рішення також проходять онлайн.

Пекінський Інтернет – суд надає ряд послуг, серед яких: оцінка ризиків за допомогою технологій штучного інтелекту, автоматичне подання заяв, оперативне вивчення наданих документів тощо. Основним напрямом діяльності є справи, пов’язані з випадками шахрайства в онлайн-торгівлі,



укладенням онлайн-контрактів, порушенням авторських прав в Інтернеті, спори про домени.

В Естонії на замовлення Мін'юсту вчені розробляють робота – суддю, який буде займатися вирішенням суперечок про порушення контрактів.

Щодо українців, то вони залишаються традиціоналістами у сфері юридичних послуг, надаючи перевагу зверненню до юристів, чия кваліфікація підтверджена дипломами, рекомендаціями та великою кількістю виграних справ.

Потужний вплив розвитку нових інформаційно-комунікаційних технологій, мабуть, має на конституційні відносини. Очевидно, що створення технологічної та програмної бази для проведення швидких, чесних і максимально прозорих демократичних виборів через мережу Інтернет з високим ступенем захисту результатів – питання найближчого майбутнього. У міру впровадження технологій неминуче відбудеться трансформація сучасної форми демократії.

В розвинених демократичних державах можливий буде безболісний перехід від представницької демократії до виключно прямої (безпосередньої) демократії.

**Санагурська Г. М.**

к.ю.н., доцент,

**Куп'янська А. М.**

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИМОГИ ДО ОКРЕМОЇ ДУМКИ СУДДІ КОНСТИТУЦІЙНОЇ ЮСТИЦІЇ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ**

Поверхневий характер ст. 93 Закону України “Про Конституційний суд України” та § 74 Регламенту Конституційного суду України щодо питання вимог до окремої думки судді конституційної юстиції (далі – окрема думка) створює контрверсії як в теорії, так і на практиці. Досить часто, саме через відсутність чітко прописаних вимог, котрим має відповідати окрема думка, на практиці виникають певні непорозуміння та двозначності. Як результат – окрема думка може втратити авторитет та доцільність, а помилковість окремих думок та їх низька якість впливають на авторитет Конституційного Суду України (далі – Суд) загалом.

Інституту окремої думки судді присвячено значну кількість наукових праць, в тому числі монографій, дисертаційних досліджень, наукових статей та інших публікацій. Певні аспекти окремої думки судді Конституційного Суду України в більшій чи в меншій мірі розглядалися у працях О. М. Верещагіна, О. Ю. Водянікова, А. Л. Кононова, О. К. Намясенко, Д. Д. Лилака, С. В. Різника, І. Д. Сліденка, Т. М. Слінько, Є. В. Ткаченка, Т. О. Цимбалістого, Г. О. Хрислової, І. М. Шевчука та ін. У перелічених працях значну увагу приділено таким питанням як правова природа окремої думки судді, роль та значення окремої думки судді в розвитку конституційної юстиції, порівняльний аналіз окремої думки судді загального та континентального права, а також питання доцільності окремої думки судді конституційної юстиції. Однак, теоретичні аспекти цього інституту досі мало досліджені. Зокрема питання вимог, яким має або мала б відповідати окрема думка судді конституційної юстиції, у вітчизняних працях розглянуто побічно. Таким чином, вважаємо за доцільне поглибити наукові пошуки щодо вимог до окремої думки.

На сьогодні до оформлення окремої думки судді Конституційного суду України практично не висувається будь-яких вимог, крім письмової форми. Вважаємо такий демократичний підхід щодо оформлення цього акту не зовсім виправданим, оскільки далеко не кожна окрема думка має доктринальний характер та перспективу позитивного впливу на практику правотворення й правозастосування, не кожна зумовлена усталеними науковими переконаннями [4, с. 64].

Як ми вже зазначали, регулююча сила рішення Конституційного Суду України значною мірою залежить від якості окремих думок. Такої якості можна досягнути, шляхом дотримання суддями певних вимог при написанні окремої думки, зокрема таких:

– *Змістовність*. Досить вдало про важливість змістовності окремої думки зазначає С. В. Різник: “Зміст та причини, що зумовили подання окремої думки, мають бути безпосередньо

пов'язаними з рішенням Суду, конкретно виявляти його недоліки, маючи на меті чітку перспективу їх усунення та недопущення в майбутньому” [4, с. 62]. Окрема думка судді має містити власну аргументацію, яка стосується іншої моделі конституційно-правового регулювання [2].

–*Доктринальність*. Окрема думка судді конституційної юрисдикції повинна базуватися на основі загальноновизнаних аксіоматичних положень юридичної науки та практики [7, с. 100], правової доктрини. Окрема думка, побудована на суб'єктивних факторах (зокрема політичного характеру) або з метою підризу авторитету Конституційного суду, буде знеціненою як суддями-колегами, так і суспільством. Суддя Конституційного Суду, який складає окрему думку, перш за все має бути внутрішньо переконаним в неправильності резолютивної частини рішення, помилковості чи неповноті його мотивувальної частини.

–*Обґрунтованість*. Обґрунтована окрема думка судді Конституційного Суду України виконує важливу функцію виправлення помилок, допущених у рішенні, спонукає до законодавчого втручання у питання та може служити моделлю для виправлення як суддівських, так і законодавчих помилок у майбутньому. Окрім того, окрема думка судді Конституційного Суду України має доктринальне значення та виступає засобом реалізації принципів незалежності суддів, їх вільного волевиявлення та рівноправ'я, є свідченням демократизму конституційної юстиції України, сприяє зростанню рівня його професіоналізму та відповідальності [4, с. 60; 7, с. 99; 3, с. 182; 5, с. 58].

–*Доцільність*. Окремі думки мають складатися щодо найбільш принципових питань. Саме на цьому наполягає Г. Христова. На думку вченої, помилки, описки, розходження стосовно незначних процесуальних питань не є приводом для написання окремої думки [1]. Сюди також можна додати критику колег, розголошення змісту обговорень у закритій частині судового засідання. Все це не може бути приводом для написання окремої думки, оскільки шкодить авторитету та репутації Суду.

–*Політична нейтральність*. С. Шевчук зазначає, що окремі думки в першу чергу призначені для доповнення рішення Конституційного Суду України, збагачення їхнього змісту, та називає ситуацію, коли окремі думки носять гострий політичний характер, неприпустимою, оскільки це не має жодного стосунку до юриспруденції [8]. З таким твердженням важко не погодитися. М. Тесленко також зауважує, що рішення судового органу конституційного контролю, насамперед, мають бути обґрунтованими із правових позицій, забезпечуючи верховенство права, а не політичну доцільність [6, с. 12-13].

Звичайно запропоновані вимоги до окремої думки судді конституційної юстиції не претендують на вичерпність, можуть стати приводом для широкої дискусії, оскільки не беруть до уваги усю багатоманітність факторів. Більше того, поряд з вимогами можуть виникнути певні ризики щодо зайвого формалізму в регулюванні інституту окремих думок. Однак спроби окреслити певні рамки для написання окремих думок дозволяють системно оцінити порушену проблематику, виділити пріоритети подальших наукових та практичних кроків у цьому напрямі.

#### **Список використаних джерел**

1. Кібенко О. Окрема думка судді Верховного Суду – диверсія чи героїчний вчинок? URL: <http://jur-gazeta.com/publications/practice/insh/okrema-dumka-suddi-verhovnogo-sudu--diversiya-chi-geroichnyi-vchinok.html>.
2. Кушніренко О. Г., Слінько Т. М. Окрема думка судді конституційного суду України як невід'ємна частина судового рішення. URL: <http://intkonf.org/kushnirenko-og-slinko-tm-okrema-dumka-suddi-konstitutsiynogo-sudu-ukrayini-yak-nevidemna-chastina-sudovogo-rishennya/>.
3. Намясенко О. К. Характеристика поняття окремої думки судді Конституційного Суду України. *Держава і право: юрид. і політ. науки* : зб. наук. пр. К., 2007. Вип. 37. С. 182-187.
4. Різник С. В. Значення інституту окремої думки судді Конституційного Суду України для утвердження справедливого конституційного правосуддя. *Вісник національної академії правових наук України*. № 3 (82). 2015 р. С. 59–67.
5. Слінько Т. М. *Правова природа окремої думки судді Конституційного Суду України*. Бюлетень Міністерства юстиції України. 2011. №11. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmj\\_2011\\_11\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bmj_2011_11_11).
6. Тесленко М. *Взаємозв'язок права і політики в діяльності Конституційного Суду України*. *Право України*. 1999. № 10. С. 11–13.
7. Христова Г. О. *Юридична природа актів Конституційного Суду України* : дис... канд. юрид. наук: 12.00.01; Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого. Х., 2004. 226 с.
8. Шевчук С. *Окрема думка є ознакою демократизації системи*. URL: <http://www.ccu.gov.ua/novyna/s-shevchuk-okrema-dumka-ye-oznakoju-demokratyzaciyi-sistemy>.

**Лаба С. В.**  
керівник апарату  
Франківський районний суд міста Львова,  
**Скрекля Л. І.**  
к.ю.н, доцент  
Львівський торговельно-економічний університет

## **СТАН ТЕОРЕТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПИТАНЬ КРИМІНАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА ПРОПАГАНДУ КОМУНІСТИЧНОГО ТА НАЦИСТСЬКОГО ТОТАЛІТАРНИХ РЕЖИМІВ**

У ХХ столітті народ України зазнав страждань за двох тоталітарних режимів: радянського (1917-1991р.) та нацистського (1941-1945 р.). Під час Другої світової війни Україна втратила значну частину населення, і ще більше людей померло внаслідок організованого комуністичним режимом Голодомору 1932-1933 р. Втім доводиться констатувати, що після здобуття Україною незалежності окремі політичні партії схвально оцінювали комуністичний режим, а його злочини заперечувались. А тому проблема просування тоталітарної ідеології не залишилась у далекому минулому. Народними обранцями України неодноразово вносились пропозиції щодо встановлення кримінальної відповідальності за пропаганду тоталітарних режимів. Однак такі спроби характеризувалися амбівалентністю, а тому не увінчались успіхом. Скажімо, у проекті Закону України від 19 березня 2010 року за № 4745-1 висувались пропозиції доповнити КК України статтею, яка б регламентувала кримінальну відповідальність за пропаганду фашизму, нацизму, комунізму, сексизму та інших тоталітарних політичних течій, що обмежують свободу людини. Втім у коментарі до відповідного законопроекту зазначено, що у пояснювальній записці не наведено жодного належного обґрунтування необхідності його прийняття. Окрім того, вказувалось, що факт висловлення особою своїх думок і поглядів на ту чи іншу ідеологію, зокрема, фашизму, нацизму, комунізму, сам по собі не несе небезпеки для суспільства, а тому немає належних підстав для встановлення кримінальної відповідальності. На розгляд Верховної Ради України вносились ще ряд законопроектів схожого змісту (“Про заборону реабілітації та героїзації фашистських колабораціоністів 1933-1945 рр.” від 15 січня 2009 № 3618; “Про заборону пропаганди фашизму та нацизму в Україні” від 12 листопада 2009 р. № 5247-1; “Про внесення змін до деяких кодексів України (щодо відповідальності за пропаганду нацизму і фашизму)” від 22 лютого 2011 року за № 8149), однак жоден із них прийнятий як закон так і не був.

З розробки та прийняття Верховною Радою України ЗУ “Про внесення зміни до Кримінального кодексу України щодо відповідальності за заперечення чи виправдання злочинів фашизму” від 16 січня 2014 р. фактично розпочалося формування кримінально-правової політики протидії поширенню тоталітарної ідеології. На підставі цього Закону КК України доповнено ст.436-1, яка регламентувала відповідальність за публічне заперечення чи виправдання злочинів фашизму, пропаганду неонацистської ідеології, виготовлення та (або) розповсюдження матеріалів, у яких виправдовуються злочини фашистів і їх прибічників.

Таким чином лише у зв'язку з відповідними законопроектними пропозиціями, питання перспектив введення в КК України окремої статті, яка встановлює кримінально-правову заборону пропаганди комуністичного та нацистського тоталітарних режимів, опинилося під пильним науковим прицілом. Відповідні нововведення отримали як підтримку, так і гостру критику. Однак не вдаючись у дискусії з цього приводу, зазначимо, що у зв'язку з наявністю безлічі вад цього кримінально-правового припису, а відтак критичними зауваженнями з боку науковців та юристів-практиків, вищезгаданий Закон втратив чинність на підставі Закону України від 28 січня 2014 р. “Про визнання такими, що втратили чинність деяких законів України”. Натомість, на підставі ЗУ “Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки” від 09 квітня 2015 р. було внесено зміни до

редакції ст. 436-1 КК України, яка отримала назву “Виготовлення, поширення комуністичної, нацистської символіки та пропаганда комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів”.

Для пропозиції оптимальної законодавчої моделі кримінально-караного злочинного діяння, в тому числі того, що передбачене у ст. 436-1 КК України, необхідно вивчити накопичений науковий матеріал в частині предмета дослідження. Під час аналізу стану теоретичного дослідження питань кримінальної відповідальності за пропаганду комуністичного та нацистського тоталітарних режимів, вивчені джерела необхідно поділити три групи. Власне перша група робіт охоплює праці з міжнародного права, конституційного права, політології, історії, психології, філософії, оскільки в рамках цих галузей знань висвітлюються питання виникнення комуністичного та нацистського тоталітарних режимів, їх розвитку і динаміки, розглядаються концепції фашизму, його ознаки, прояви та похідні від нього рухи тощо. Ці праці представлені такими вченими як Г. В. Берченко, В. В. Бушанський, І. Р. Вітик, О. Г. Данильян, О. Ф. Іванов, В. В. Левицький, О. А. Ліщинська, О. І. Майборода, С. Рябенко, О. А. Феоктистова, М. В. Чабанна та інші. Відтак їх внесок у формування теоретичних уявлень про сутнісні риси тоталітарних режимів та їх вплив на суспільство важко переоцінити.

Друга група наукових праць присвячена проблемам кримінально-правової охорони миру, безпеки людства та міжнародного правопорядку. Вагомий внесок у вивченні цього питання зробили такі вчені як О. М. Броневицька, М. М. Гуменюк, В. О. Навроцький, В. О. Поповичук, Ю. С. Резнік, Б. В. Романюк, Е. Н. Трикоз, А. В. Шамара, К. С. Юртаєва та інші. Науковий здобуток цих авторів мав неабиякий вплив на розвиток третьої групи досліджень, які безпосередньо присвячені окремим питанням кримінальної відповідальності за пропаганду комуністичного та нацистського тоталітарних режимів. Так, одні вчені вивчали особливості кримінально-правової охорони національної та історичної пам'яті (Є. О. Письменський), інші розглядали питання криміналізації пропаганди тоталітарних режимів (В. М. Комарницький, А. А. Васильєв), треті здійснили кримінально-правову характеристику складу злочину, передбаченого ст.436-1 КК України (Л. О. Мостепанюк, А. А. Павловська, О. Е. Радутний, Ю. М. Беклемішева), четверті аналізували кримінально-правовий механізм протидії пропаганді тоталітаризму (М. А. Бабак, Ю. В. Філей). Позитивно оцінюючи науковий доробок учених, все ж доводиться констатувати, що у кримінально-правовій літературі відсутнє комплексне дослідження, присвячене питанням кримінальної відповідальності за пропаганду комуністичного та нацистського тоталітарних режимів, а окремі публікації авторів не в змозі задовольнити потреб практики правозастосування. З огляду на зазначене, є підстави вважати, що наукознавче дослідження складу злочину, передбаченого ст.436-1 КК України є неповним.

Не зважаючи на те, що проблеми боротьби з пропагандою комуністичного та нацистського тоталітарних режимів мають високу суспільну важливість і не залишаються поза увагою теоретиків і практиків, втім багато питань описано поверхнево або залишаються невирішеними, а зокрема: який зміст та обсяг понять “комуністичний тоталітарний режим” та “націонал-соціалістичний тоталітарний режим”; яким чином кримінально-правова заборона пропаганди комуністичного та нацистського тоталітарних режимів кореспондується з правом на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань; чи є доцільною криміналізація публічного використання символіки тоталітарних режимів тощо. Таким чином можна зробити висновок, що на сьогодні наукова база боротьби з пропагандою комуністичного та нацистського тоталітарних режимів належним чином не сформована. Відтак вивчення питання щодо оптимального формулювання та змісту ознак відповідного складу злочину потребує ретельного аналізу.

Гелей С. Д.

д.і.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## ВАРШАВСЬКИЙ ДОГОВІР 1920 р. МІЖ П РІЧЧЮ ПОСПОЛИТОЮ І УКРАЇНСЬКОЮ НАРОДНОЮ РЕСПУБЛІКОЮ ТА ЙОГО НАСЛІДКИ

В історичній пам’яті українців зберігся важливий період: “петлюрівщина”, себто час активної збройної боротьби за незалежність. У тій боротьбі Україна виявила бажання відокремитися від агресивних сусідів, що, звісно, їм не могло сподобатися. За вдалим висловом Ярослава Дашкевича, полякам і росіянам боротися з чужоземним поневоленням, наприклад німецьким, – це героїзм і найвищий приклад патріотизму; українцям боротися з польським, російським та іншим поневоленням зась, бо Б. Хмельницький колись підірвав Польську імперію а М. Грушевський, С. Петлюра та інші хотіли підірвати непорушну “єдину і неделіму” Російську імперію [1].

Коли вивчаємо названу проблему, виникає ще одне ключове питання, над яким варто замислитися. Чому Польща змогла у бурхливу, вогненну добу 1918-1921 рр. об’єднатися навколо постаті Юзефа Пілсудського, у той час як Україна не спромоглася в ті ж роки згуртуватися навколо Симона Петлюри? Які причини цього? Чому й зараз, у XXI столітті, коли Росія веде проти нас гібридну війну, на теренах України не видно лідера, який міг би стати справжнім високим авторитетом для цілого народу?

Одна з ключових проблем вивчення революційної діяльності С. Петлюри – підписання в квітні 1920 р. Варшавської угоди. Уже в березні 1919 р., як стверджував С. Шухевич, з’явилися слухи про намір С. Петлюри укласти мир з поляками і, ймовірно, коштом Галичини [2]. Підтвердженням цього був той факт, що ще 31 грудня 1918 р. С. Петлюра направив дипломатичну місію на чолі з професором В. Прокоповичем з метою з’ясувати питання про можливість одержання польської допомоги. А уже 2 грудня 1919 р. було підписано Декларацію, за якою УНР відмовлялася від претензій на Холмщину, Підляшшя, Західне Полісся, Західну Волинь з м. Рівне і всю Східну Галичину. Польща зобов’язувалася надати Директорії військову допомогу. За цих умов 20 грудня 1919 р. Є. Петрушевич скликав у Відні засідання уряду ЗУНР, на якому в односторонньому порядку було скасовано Акт злуки від 22 січня 1919 р. Одночасно вирішено відкликати представників ЗУНР з об’єднаної делегації УНР на Паризькій конференції та відновити назву західноукраїнської держави – із ЗОУНР на ЗУНР [3].

В 1919 р. під час боротьби з більшовиками Українська Народна Республіка потребувала підтримки країн Антанти. Тоді цього не сталося, адже Західна Україна перебувала у стані війни з Польщею, яку підтримувала країна Антанти Франція. Після поразки наприкінці 1919 р. західних українців у цій війні спостерігалось зближення України з Польщею, що позначалося антибільшовицьким, антиросійським характером. Проте таке зближення не отримало належного розвитку, адже вже на межі 1919-1920 рр. Українська Народна Республіка розпалася, а її уряд на чолі з С. Петлюрою і небагатьма залишками розбитої армії змушений був шукати порятунку на території Волині, яку окупувала Польща. С. Петлюра не відмовився від думки продовжувати боротьбу з більшовизмом, спираючись на підтримку Ю. Пілсудського. Можливість інтервенції в Радянський Союз виникла на початку 1920 р.

Ризький мир глибоко розчарував східних українців, які покладали свої надії на Польщу. Вони прийшли до переконання, що навіть “пільсудська” Польща в дійсності не мала наміру створити самостійну східноукраїнську державу, яка б протистояла Росії, адже в даному випадку вона не добавилася би колонізації Східної Галичини і Волині, а навпаки, в

автономності цих областей шукала б опору для подальшої боротьби проти Радянського Союзу. Польща ж в даному випадку користувалася східноукраїнськими симпатіями для політики розширення своїх власних кордонів на сході за рахунок України і таким чином явно виявила свою необґрунтованість і безцільність української орієнтації на неї [4].

Навіть польський історик Таудеш Голувко справедливо визнав: “У Ризі Польща з гідною подиву легковажністю перекреслила всю свою дотогочасну політику на Сході, котра прямувала у федераційному напрямку, визначним проявом якої був союз з Петлюрою, вірно дотриманий ним в найгіршіших для Польщі хвилинах. Називаймо речі своїми іменами – ми покинули, зрадили Петлюру в Ризі” [5].

Варшавська угода складалася з двох частин – з політичної конвенції, яку було підписано у Варшаві 22 квітня 1920 р., і з військової конвенції, яку підписали теж у Варшаві представники Польщі та УНР 24 квітня цього ж року.

Усі статті договору можна розподілити на дві групи. Перша група містила визнання Польщею Української Народної Республіки як суверенної, незалежної держави; зобов’язання обох держав не вдаватися до будь-яких дій, ворожих як щодо інтересів України, так і щодо інтересів Польщі; зобов’язання обох країн забезпечити вільний, нічим не обмежений національно-культурний розвиток як поляків в Україні, так і українців у Польщі та визнання права уряду УНР отримати в майбутньому повну, суверенну владу на українській землі.

Положення, що відносилися до другої групи статей, звужували національний суверенітет України. За Польщею закріплювалися права на Західну Україну, на Галичину. Загальне керівництво операціями як польських, так і українських збройних сил покладалося винятково на польське командування. Під контроль Польщі мали перейти практично усі українські залізниці. Крім того, уряд УНР зобов’язувався за договором забезпечити польські війська на українській території продуктами харчування, а технічне виконання майбутньої евакуації польської армії з України мало відбуватися “лише за згодою сторін”. Невизначеним залишався і стан земельних володінь великих польських власників в Україні [6].

За словами С. Шелухіна, цим договором від України було відшматовано близько 162,000 кв. км території з населенням близько 11.000.000. Саме тому під час виступу в Лізі Націй у листопаді-грудні 1920 р. представник уряду С. Петлюри, посилаючись на договір 21 квітня 1920 р., “забув” сказати про втрачені територію і населення України. Оприлюднення цих даних означало би не що інше, як те, що Україна втратила п’яту частину своєї території [7].

Аналізуючи зміст Варшавського договору, Юрій Шаповал навів слова С. Петлюри, який звертався до українців, що виступали проти цього документа: “Я знаю, що більшість з вас не вірить у наш новий союз. То нагадаю вам таку приказку: “Тату, он чорт лізе в хату!” – кричить переляканий син. “Хай буде чорт, аби тільки не москаль”, – незворушно відповідав батько”.

Ці слова С. Петлюри вчений назвав жахливими, проте зазначив, що вони повертають нас до багатьох сьогоденних реалій – і українських, і, що найбільш небезпечно, реалій польських. Бо Польща постає в очах багатьох українців як держава європейської орієнтації, як держава, що проводить збалансовану політику, що бачить і Україну в цьому європейському “ландшафті”. Проте деякі події, на превеликий жаль, засвідчили, що це не завжди так.

Оцінки істориків Варшавського договору та його підписантів розділилися. Так, В. Горак, у статті “За нашу і вашу свободу”, надрукованій в газеті “День” у 2006 році, висловив таку думку: Пілсудський був дуже монолітною особистістю, навіть диктатором, натомість Петлюра – це такий собі центрист, який хотів усіх примирити, об’єднати, усіх “консолідувати” [7].

В. Кірсенко вважає, що в умовах “чотирикутника смерті”, який утворився 1919 року (на сході – біла армія Денікіна та Червона армія Леніна – Троцького, на півдні – румуни, на заході – поляки, а посередині – тиф!) іншого виходу в Петлюри просто не існувало. На той час це була оптимальна угода [7, с. 924].

Я. Дашкевич назвав Варшавський договір 22 квітня 1920 р. велетенським шоком для Галичини, яку самі українці передали під польське панування. Шоком непотрібним і зайвим, бо у вирішальний момент Польща Пілсудського зрадила українського союзника, ще раз поділивши в Ризі 1921 р. українські землі навпіл до спілки з уже червоною Росією. Досвід цієї доби вчить нас, на думку вченого: “лише повна національна незалежність України може гарантувати здійснення національних, а також соціальних сподівань української нації; що побудову національної держави треба довести до кінця, не хехтуючи соціальними і економічними питаннями, бо держава це також державна справедливість, а не жертва п’явки, з якої користає вузьке коло номенклатури” [8].

Відомо, що умови цього договору обурили не тільки галицьку спільноту, а й відомих наддніпрянських діячів, врешті спричинили відставку уряду Ісаака Мазепи [9].

Якби там не було, С. Петлюра став центральною фігурою українського національного руху. В його руках була зосереджена вся повнота як цивільної, так військової влади.

У розвідці “Напрями української політичної думки” той же І. Лисяк-Рудницький наголосив на тому, що: “двадцять років радянської влади не стерли згадки про Українську Народну Республіку, а ім’я Петлюри все ще було популярним. Це стосується не тільки тих нечисленних представників старої інтелігенції, яким вдалося вижити, але й багатьох молодих людей, що не могли пам’ятати дорадянські часи. По всій середньо-східній Україні виникли неформальні гуртки, члени яких, не маючи формальних політичних програм, демонстрували вірність традиціям демократичної української держави 1917-1921 років” [10]. С. Петлюра був визначним діячем Української соціал-демократичної партії. Саме під його впливом розпочався процес окреслення українських позицій у тодішній партії, утвердження переконання, що провідна роль в національно-визвольному русі має належати Великій Україні. Він був героєм повстання проти гетьмана. Військо любило і вірило йому. Натомість більшовики не жалували коштів для агітації проти нього і тим спричинилися до ще більшої його популярності серед населення України. М. Капустянський стверджував, “що не Директорія і не члени УНР, а постать Петлюри та його великий вплив надавали тон і зміст нашій боротьбі” [11].

Отже, життя і революційна діяльність Симона Петлюри – яскравий приклад вірного служіння Батьківщині. Прийшов час, щоб викинути на смітник усі фальшування образу найвидатнішого діяча Української національної революції 1917-1921 рр. Пам’ятники, що будуть встановлені йому в Києві, Полтаві, Львові та інших знакових місцях, засвідчать зростання національної свідомості суспільства, підтвердять той незаперечний факт, що ім’я С. Петлюри назавжди вписане в Пантеон слави Великих Українців.

#### **Список використаних джерел**

1. Дашкевич Я. Болучі проблеми в історії Східної Європи. “... Учи наложними устами сказати правду”. *Історична есеїстика (1989-2008)*. Київ: Темпора, 2011. С. 543.
2. Шухевич С. Спомини з українсько-галицької армії (1918-1920). Львів, 1929. Ч. 1. С. 146.
3. Любінець І., Чапуга С. Скасування акту злуки ЗУНР і УНР. Міжнародна наукова конференція, присвячена 75-річчю Західно-Української Народної Республіки, 1-3 листопада 1993 р. Матеріали. Івано-Франківськ, 1993. С. 86–87.
4. Кучабський В. Політична українська еміграція. ЦДАГОУ. Ф. 6. Оп. 1. Спр. 111. Арк. 4.
5. Див. : Hołowko T. Skutki pokoju w Rydze. *Przymierze*. 1920. 28 listopada.
6. Пілсудський – Петлюра. Союз партнерів-антагоністів. Бібліотека газети “День”. Екстракт + 200. У двох частинах; За ред. Л. Івиної. Київ: Вид-во ЗАТ “Українська прес-група”, 2010. С. 918–919.
7. Шелухін С. Варшавський договір між поляками й С. Петлюрою 21 квітня 1920 р. Прага: Нова Україна, 1926. С. 10, С. 924.
8. Дашкевич Я. Досвід листопадових днів: До 75-річчя Західноукраїнської Народної Республіки. “... Учи неложними устами сказати правду”. С. 115.
9. Нагаевич І. Історія Української Держави двадцятого століття. Рим, 1989. С. 341–345.
10. Лисяк-Рудницький І. Напрями української політичної думки. Нариси про діячів історії, політики, культури. С. 82.
11. Капустянський М. Похід українських армій на Київ-Одесу в 1919 році. Ч. III. С. 200.

## ПРОБЛЕМА СУБ'ЄКТА В ГНОСЕОЛОГІЇ

В епоху Відродження найбільш системно виокремлюється поняття “суб’єкт”, яке обґрунтовує визнання наявності у людини властивості бути джерелом, причиною певних подій, існувань. Сама сутність суб’єкта істотно модифікувалися залежно від часу та типу культури, в межах яких вони обґрунтовувалися. Відповідно, кожен з цих періодів та типів культур в історії європейської цивілізації виявляв усе нові і нові моменти у становленні людської суб’єктивності та людської природи загалом. Еволюційними етапами на цьому шляху були: відкриття сфери духовного та найперше означення її внутрішньої структури (ще в античні часи); пробудження інтересу до глибини індивідуальної людської душі та розкриття найпотаємніших її закутків із переходом до доби християнства; розгортання багатобарвної палітри людського існування зусиллями культурних діячів Відродження; становлення та ствердження самосвідомого суб’єкта суспільної життєдіяльності й культури в Нові часи.

Намагаючись виокремити людину за допомогою запровадження абстрактно-теоретичної конструкції суб’єкта пов’язувалась із виявленням стійких культурно-антропологічних і особистих якостей людини, схоплених у їх суспільно-історичній та культурній мінливості. Проблема людського буття виявляється як поліструктурна та багаторівнева. Тому буття для людини може бути даним не тільки через рефлексію суцього як простої предметності, а, передусім, через розкриття істинно людського буття як у його основоположеннях, так і в його здійсненні. Осмислення буття як специфічно людського способу самореалізації – це сфера граничного пізнання, осягнення визначальних надчуттєвих принципів і витоків буття, що в європейській традиції визначається як метафізика.

Історико-культурний процес у європейській традиції пов’язаний з метафізикою, їхня взаємодія виявляється внутрішньо нерозривною в аспекті антропологічного та соціокультурного процесу. Розвиток європейської цивілізації був, таким чином, пов’язаний з тим чи іншим способом розуміння людини у світі, способу людського буття. Відповідно, криза науково-технічної цивілізації у ХХ ст., виявивши дефіцит гуманності у своєму фундаменті, спричинила критику метафізики та випрацюваного нею образу суб’єкта аж до їх заперечення в найрадикальніших варіантах.

Історичний образ суб’єкта формується в європейській метафізиці Нового часу. До цього моменту сам термін “суб’єкт” мав суто граматичне значення підмета. Проте, метафізика Нового часу пов’язує поняття суб’єкта з діями, тобто істоти, що здатна ініціювати дію.

В цей час виникають уявлення про самостійний душевний світ, звідки бере початок інтенсивне внутрішнє життя як невід’ємний елемент соціокультурного облаштування людського буття. Панівне місце релігії та з авторитетом Святого Письма зайняла наука з математичним інструментарієм досліджень та експериментом, легітимацією домінування якої зайнялась метафізика, створюючи філософське розуміння істини як світла розуму, завдяки якому і являється суще, висвітлюється буття. “Ідеалом при цьому виступає об’єктивно-істинне пізнання та знання, з якого цілком елімінується суб’єкт із його бажаннями, пристрастями, волею, ефектами. Відтак основними рисами метафізики Нового часу є зосередженість на питаннях гносеології, перетворення її на метафізику пізнання, а також на питаннях практичної філософії, етики, яка обґрунтовується насамперед у напрямку етики обов’язку” [1, с. 132].

У філософії постулюється об’єктивність знання як вища цінність, але метафізика Нового часу, яка обґрунтовується у екзистенціалізмі та розгортається під знаком панування суб’єкта. Декарт робить значущий для всієї подальшої філософії крок, поклавши в основу



світобудови принцип *cogito* – прозорого, внутрішньо достовірного досвіду індивідуальної свідомості, яка пов'язана з постійним методологічним сумнівом, тим самим постійно рефлексує над собою, постаючи як самосвідомість.

Саме він першим здійснив виявлення до досвідних форм осягнення істини, об'єктивності, загальнозначущості у формі вроджених ідей завдяки рефлексивному зверненню до актів свідомості, а також доведення їх існування через трансцендентальну аргументацію, апелюючи до безсумнівності існування речі, що мислить, тобто Я. Таким чином суб'єкт, як індивід самосвідомий і здатний до постійної рефлексії, виступив основою як достовірного пізнання світу, так і всієї соціокультурної моделі облаштування буття. Дослідники цієї проблеми зауважують, що у Декарта йдеться про облаштування буття, його представлення, а не про його осягнення, не про розкриття його такого, що існує саме по собі.

Для Декарта суб'єкт є абсолютним фундаментом, який необхідний для обґрунтування метафізики як науки. Він радикально очищений від всього тілесного. Суб'єкт Декарта – це “Я”, зміст якого включає лише свідомість. Крім цього, “Я” Декарта протиставлено всім іншим суб'єктам, тобто інтерсуб'єктивності.

Сама ж проблема інтерсуб'єктивності стала однією з центральних в подальшому розвитку європейської філософії. Неможливість подолання суб'єктивізму та ведення мови про інтерсуб'єктивність в європейській філософії простежується, зокрема, в Е. Гуссерля. В його феноменології смисли конститууються діяльністю трансцендентального суб'єкта, який пізніше трансформувався в концепцію життєсвіту.

У межах картезіанства було обґрунтовано провідний для всієї класичної філософії XVII-XIX ст. образ суб'єкта, як індивіда, що орієнтується й реалізується у світі тільки завдяки власній самосвідомості, утверджено на основі ідей гуманізму автономну індивідуальну людську свідомість (отже, раціональність та доцільність) як обов'язкову модель будь-якого процесу життя чи суспільного устрою. Незалежно від того, були це різновиди класичного раціоналізму чи сенсуалізму, усіх їх об'єднували потяг до образу саме чистої і універсальної свідомості, орієнтація на загальнозначущий, здатний до відтворення, раціонально контрольований досвід.

Іншим аспектом картезіанської моделі суб'єкта була віра та установка на максимально прозорий, в найтонших деталях сциєнтистськи вивірених і облаштований світ, галілеївська природа, де речі існують відокремлено і незалежно від людини, де природа розуміється деперсоналізовано. Таке світорозуміння та світовідчуття ґрунтувалося на необмеженому особистісному активізмові, який вважався атрибутом людини західноєвропейського суспільства. Невід'ємним елементом такого світорозуміння була віра не лише в можливість досягнення суспільної гармонії і рівноваги в теперішньому, а й у перспективі. Цей тип світосприйняття характеризувався вірою в нескінченний поступ та спонукальними мотивами діяльності суб'єкта в пізнанні та практичній діяльності.

Таким чином, високі ідеали Нового часу та доби просвітництва (ідеал свободи, рівності, братерства, віри в науку й науково-технічний прогрес, у постійне вдосконалення власного соціокультурного середовища) в зіткненні з реаліями XX ст. були піддані критиці як шкідливі ідеологеми. З моделлю суб'єкта, згідно з якою людина може досліджувати та перетворювати світ, керуючись лише власними цілями та потребами, незважаючи ні на що інше (а це відповідно призвело до конфлікту особи і оточуючої її природної та соціальної реальності) пов'язувались страхітливі економічні кризи, перевиробництво та депресія, експлуатація країн третього світу, війни та екологічні катастрофи. Відповідно, під сумнів було поставлено метафізику як таку та існуючий в її межах образ суб'єкта.

#### **Список використаних джерел**

1. Андрос А. С., Табачковський В. Г., Шалашенко Г. І. та ін. *Метафізична та постметафізична доба європейської гуманістики: зміна методологічних засад і світоглядних орієнтацій. Колізії антропологічного розуму*. К.: ПАРАПАН, 2002. 156 с.

**Михальський Ю. В.**

к.і.н., доцент,

**Кендус О. З.**

к.філос.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **КРИМ – УКРАЇНА: ІСТОРІЯ ТА СЬОГОДЕННЯ**

Крим завжди був у центрі уваги багатьох народів і держав, а тому історія освоєння цих земель не пов'язана із якимось єдиним етносом. Залюднення українських земель розпочинається в епоху раннього палеоліту – стоянка пітекантропів с. Королеве на Закарпатті, а освоєння Криму припадає на середній палеоліт, про що свідчить стоянка неандертальців у печері Киїк-Коба. В епоху раннього залізного віку на території України та Криму спочатку проживали кіммерійці (IX-VII ст. до н.е.), потім – скіфи (VII-III ст. до н.е.). Це були іраномовні народи – войовничі кочівники, які прийшли з Азії, попередньо захопивши терени Північного Причорномор'я та Приазов'я а також терени на північ – землі сучасної України. Паралельно з ними, починаючи з VIII-VI ст. до н.е., узбережжя півострова активно освоювали представники грецької цивілізації, створюючи міста-колонії (поліси). Найбільшими полісами на території Криму були Керкінітида (сучасне м. Євпаторія), Херсонес (сучасне м. Севастополь), Пантікапей (сучасне м. Керч). У I ст. до н.е. грецькі поліси Північного Причорномор'я ввійшли до Римської імперії.

У III-IV ст. н.е., внаслідок активного переміщення “варварських” племен, у Криму спочатку домінували готи, а потім – гуни. Останні зруйнували майже всі грецькі міста-держави, окрім Херсонесу і Пантікапею, які на той час були володіннями Візантійської імперії. Влада Візантії над Кримом відновила після розпаду гунського союзу в VI ст. за правління імператора Юстиніана (527-565). На узбережжі і в горах будується лінія укріплень для захисту від нападів кочівників, зводяться фортеці Алустон (сучасне м. Алушта), Горзувіти (сучасне м. Гурзуф), Мангуп, Ескі-Кермен та інші. Головною фортецею стає Херсонес, у якому з IV ст. діяв осередок християнства – Херсонеська єпархія. З VIII ст. спостерігається економічне піднесення Криму, через зростання ролі чорноморської торгівлі, так як араби закрили для європейців Червоне море.

Таким чином, у Криму залишалися греки, протоболгари, потім з'явилися хозари, алани, печеніги. Сформувалися корінні тюркомовні народності – кримчаки (сповідували іудаїзм) і караїми (сповідували різновид іудаїзму). Слов'яни починають освоювати Крим ще з IV ст., але їхня роль зростає у IX-X ст. за часів Володимира Великого та Ярослава Мудрого, коли Русь контролювала шлях “із варяг у греки” і вела активну торгівлю з Візантією. У X-XI ст. Русь контролювала Тмутараканське князівство на Керченському півострові Криму.

У 30-х роках XIII століття у Європу приходять монголо-татари на чолі із ханом Батием. У 1239-1241 рр. Батий підпорядковує всі українські землі та Кримський півострів, які стають володіннями Золотої Орди. Саме тоді татарський етнос розпочав активне освоєння територій Криму та встановлення свого політичного і культурного домінування.

У XII-XV ст. на південному узбережжі Криму існувала держава Феодоро (грецьке князівство засноване колишньою провінцією Візантії), яка простягалася від Балаклави до Алушти. У XIII-XV ст. Феодоро суперничала за панування у чорноморській торгівлі з генуезцями (колоністами італійської Генуї) та венеціанцями (колоністами італійської Генуї), які у Криму заснували свої торговельні бази-факторії – Сугдея (Судак), Кафа, Алустон, Чембало, Монкастро та ін. Однак у 1475 році держава Феодоро та італійські колонії впали під ударами Османської імперії та стали її володіннями.

У 1449 році представник татарської феодалної знаті Хаджі Гірей оголосив створення Кримського ханства. Хан видавав закони, командував військом, карбував монету, встановлював податки і мита. Ця держава своїми кордонами охоплювала не тільки Кримський півострів, але й Північне Причорномор'я та землі сучасної Кубані. Саме тоді

український народ стикнувся із татарською цивілізацією.

Але в 1478 р. хан Менглі-Гірей став васалом Османської імперії, програвши їй війну. Кримське ханство було змушене прийняти протекторат Мухамеда II Османа. Із османським завоюванням ханів почали призначати турецькі султани. З цього періоду татари активно інтегруються у мусульманство і знаходяться у руслі політики Османської імперії.

Татари нападали на південні українські землі, грабували населення, забирали людей у рабство для продажу на невольничих ринках. Але із виникненням українського козацтва з'являється сила, яка спочатку стримувала татарські набіги, а з часом вже на початку XVII ст. стала форпостом боротьби проти татарських набігів і перенесла бойові дії на територію Османської імперії, нападаючи на її фортеці по Чорному морю.

Із середини XVII ст. українські гетьмани робили спроби використовувати династію Гіреїв у боротьбі із владою Речі Посполитої. Яскравим прикладом політичної співпраці рівних союзників була угода 1648 року між Богданом Хмельницьким та Ісламом Гіреєм проти польської корони. На першому етапі війни від татар була користь, а пізніше вони почали зраджувати українського союзника (битва під Берестечком 1651 р.) і перейшли на бік Польщі (1654 р.). А коли військо Хмельницького під Озерною (1655 р.) завдало їм поразки, Кримське ханство знову перейшло на бік козаків.

За часів Руїни гетьман П. Дорошенко, намагаючись звільнити українські землі з-під влади Речі Посполитої та Московського царства підписує у 1669 р. Корсунський договір про протекторат Османської імперії, але татарські набіги підривають авторитет гетьмана та ще більше знекровлюють українські землі. Кошовий отаман Запорізької січі І. Сірко не давав татарам спокою, постійно нападаючи на Кримське ханство, за що вони називали його “урусшайтаном”, тобто руським дияволом. А коли 40-тисячне турецько-татарське військо у 1675 р. спробувало знищити Чортомлицьку січ – І. Сірко його розбив.

Занепад Української козацької державності і піднесення Російської імперії на початку XVIII ст. переформатовало євразійську геополітику в антиукраїнське політичне русло. На наші землі претендували тоді Росія, Польща і Османська імперія з Кримським ханством. У XVIII столітті саме кримчаки, васали Османів, мали великі політичні впливи на південну частину українських земель. Вони навіть втручалися у гетьманські виборчі кампанії і проводили політику своєрідного „патронату” над українською козацькою старшиною.

Остаточно знищивши у 1764-1775 рр. українську козацьку незалежність, імперська самодержавна Росія взялася і за Кримське ханство. Походи проти Османської імперії, в яких вимушені були брати участь і українці увінчалися знищенням державності кримських татар. У 1774 р. Кримське ханство начебто відновило свою незалежність, позбувшись протекторату Османів, але тим самим ослабило свою військову міць. Тому в 1783 р. за наказом Катерини II Кримське ханство було ліквідовано і включене до Російської імперії.

Повалення російського самодержавства внаслідок Лютневої революції дало надії і українцям, які проголосили Українську Народну Республіку та державну незалежність, так і кримським татарам, які у грудні 1917 р. проголосили Кримську Народну Республіку. Але прихід до влади більшовиків приніс багато біди та знущань у XX ст. як українцям, так і кримським татарам. Остаточно влада більшовиків над Кримом була встановлена у листопаді 1920 р – у складі РРФСР було утворено Кримську автономну Республіку (1921-1945). Трохи довше тривала боротьба за державність українського народу (1917-1921), але також завершилася поразкою – було утворено УСРР. Щоб остаточно зламати опір радянська влада організувала українцям у 1921-1923 рр. масовий голод, колективізацію та голодомор 1932-1933 рр.

Однією із жахливих сторінок історії кримських татар є депортація і репресії періоду Другої світової війни. Тоді у 1944 р. з Криму було виселено близько 239 тисяч татар, біля половини з них загинула. З 1945 р. Крим став областю Російської Соціалістичної Федеративної Радянської Республіки. В окремий статус було виділено місто Севастополь, яке не підпорядковувалося місцевій кримській владі, а мав статус “міста республіканського (російського) підпорядкування”.

У 1954 році на честь святкування трьохсотліття „возз’єднання України з Росією” (мається на увазі викривлене трактування радянською історіографією Переяславської ради Б. Хмельницького з Москвою 1654 р.) тодішній лідер Радянського союзу Микита Хрущов запропонував передати Крим Україні. За тоталітарного суспільства така пропозиція дістала негайне схвалення і узаконення усіма потрібними державними органами. Тому з 19 лютого 1954 року територія України збільшилася на 26 861 км<sup>2</sup>. Йдеться про Кримський півострів, який став складовою частиною тодішньої Української Радянської Соціалістичної Республіки.

Крим перейшов у юрисдикцію радянської України. Півострів став Кримською областю України. Правда, Севастополь далі залишився у підпорядкуванні Російської Федерації. У 1977 році була прийнята “нова” конституція СРСР. Через рік (1978 р.) затверджено Конституцію УРСР, у якій вже йшлося, що місто Севастополь є містом республіканського підпорядкування Української РСР.

Після розпаду Радянського Союзу адміністративні межі республік цієї держави були визнані міжнародними договорами державними кордонами, а Крим і Севастополь – територією незалежної України. Ще від 1989 р. розпочалося повернення кримських татар на територію Кримського півострова. Вже з 1991 р. було утворено Кримський меджліс на чолі з М. Джемілевім, метою якого було подолання наслідків геноциду, відновлення прав і національно-культурне визначення. Кримські татари вимагали утворити національну автономію. З 1992 р. Кримська область отримала статус Автономної Республіки Крим Української держави. Однак через чисельне переважання росіян, сильні проросійські настрої та моральну і матеріальну підтримку Росії, цей регіон залишався політично нестабільним.

Під час найтрагічніших подій Революції гідності у Києві 20 лютого 2014 р., російські війська без розпізнавальних знаків почали окупацію Криму. 26 лютого 2014 року, у Сімферополі відбувся багатотисячний мітинг кримських татар і проукраїнських активістів на підтримку територіальної цілісності України та проти проведення позачергової сесії Верховної Ради Криму. Тоді біля будівлі кримського парламенту з ініціативи Меджлісу зібралося близько 12 тис. кримських татар. Вони тримали у руках свої національні прапори та прапори України. Мітингувальники скандували: “Слава Україні – Героям слава!”, “Банду геть!”, “Крим – Україна!”. Однак, 11 березня 2014 р. проросійська Верховна Рада АРК прийняла Декларацію незалежності, за якою Крим проголошувалося суверенною державою. А вже 16 березня тут відбувся незаконний референдум про статус півострова. Через 2 дні на підставі сфальсифікованих результатів референдуму, за яким майже 97% населення проголосували за “возз’єднання Криму з Росією на правах суб’єкта Російської Федерації”, Росія включила Крим до свого складу.

Меджліс кримськотатарського народу не визнав російської окупації, а його лідерам М. Джемілеву та Р. Чубарову – заборонили в’їзд на півострів. З території Криму виїхало близько 10 тисяч кримських татар. У Криму заборонена діяльність Меджлісу, проходять репресії, обшуки і незаконні затримання, активісти постійно зазнають переслідувань і знущань. Мешканців Криму автоматично перевели у Російське громадянство. Але ні Україна, ні інші країни світу не визнають анексію Криму. За цей час було ухвалено три резолюції ООН щодо Криму. Разом з тим, ряд західних країн запровадили проти РФ економічні санкції. Нажаль, вже шість років – ситуація на анексованому Росією українському півострові залишається напруженою. Країна-агресор нехтує основоположними правами і свободами людини та міжнародним правом.

Українці та кримські татари вважають Крим тимчасово окупованою територією, яка неодмінно стане знову територією України. 26 лютого 2020 року Президент України В. Зеленський підписав указ, за яким ця дата щорічно відзначатиметься як День спротиву окупації Автономної Республіки Крим та міста Севастополя.

**ВАСИЛЬ СТЕПАНОВИЧ НАГІРНИЙ, ЯК ТВОРЕЦЬ ЕКОНОМІЧНОГО ФУНДАМЕНТУ  
УКРАЇНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО РУХУ В ГАЛИЧИНІ В КІНЦІ ХІХ СТ.**

19 століття було періодом генезису національних рухів в Європі. Західноукраїнські землі не були виключенням в цьому процесі. Після першого поділу Польщі (1772 р.) Галичина опинилась в складі Австрійської імперії. На середину 19 ст. більшість ключових місць у владних структурах краю захопили представники польських магнатських родів, які всіляко прагнули обмежити політичні, економічні та культурні права та свободи українського населення. Проте це не завадило консолідації та організації українського національного руху. Задля його ефективної діяльності була необхідна стабільна фінансова база. Величезний вклад у її побудову вніс видатний архітектор, громадський діяч та меценат В. Нагірний.

Оскільки, Галичина в 19 ст. була аграрним регіоном та ринком збуту для чеських та австрійських промислових товарів, В. Нагірний звернув свою увагу на розвиток національної мережі торгівлі. В 1883 р. у Львові з ініціативи Василя Нагірного й Аполлона Ничая на кошти українських заможних міщан і селян створено кооперативне торговельне підприємство “Народна торгівля”. Метою його діяльності оптове постачання “з перших рук” і навчання українського населення веденню власної торгівлі. По містах “Народна торгівля” організувала власні склади та крамниці, яких станом на 1914 рік мала 19, об’єднуючи 1244 членів (в тому числі 93 кооперативи). З “Народною торгівлею” співпрацювала 831 дрібна українська крамниця. З 1907 р. кооператив змінив статус і став союзом торговельно-господарських спілок, маючи за мету перетворення громадських крамниць (які були при церквах, читальнях “Просвіти” тощо) в кооперативи роцдельського типу. Будучи директором цього товариства, намагається усіляко підтримати і утвердити економічний статус українців. У 1886 р. вийшов з друку його “Порадник для крамниць”, де Нагірний докладно описує, як відкрити власну крамницю, які кошти для цього потрібні, а також подає зразки необхідних документів. Відомий львівський міщанин Михайло Галібей в одній зі своїх публікацій навіть назвав Нагірного “батьком галицької кооперації”.

Важливе місце у фінансово-кредитному забезпеченні національного господарського руху в Східній Галичині на межі ХІХ-ХХ століть належало кооперативному страхуванню. Потреба у власній організації страхового захисту українського населення від стихійних лих, передусім від пожеж, ставала дедалі необхіднішою і очевиднішою. Факти кінця ХІХ ст. свідчать, що упродовж 1875-1890 рр. в Галичині горіло щорічно 8239 будинків вартістю близько 5 млн. золотих ринських – сума на ті часи більш як значна. На жаль, загалом тільки третина українських господарств була частково застрахованою в іноземних страхових компаніях. За ці послуги населення Східної Галичини щорічно платило іноземним компаніям понад 1 млн крон страхових платежів. Організацію цієї сфери національного господарського руху очолив В. Нагірний. На його прохання у 1884 р. Кость Левицький підготував перший статут товариства. Проте заснування останнього з різних причин затягнулася аж до 1890 р., коли було організовано товариство “Дністер”. Агентами “Дністра” були лише українці (адвокати, нотаріуси, священики, учителі, начальники громад і ін.). Таким чином, він дав працю сотням українських службовців, у той час, як інші товариства приймали на роботу найчастіше поляків, чехів, австрійців. Одразу ж після заснування товариство розгорнуло активну роботу із залучення українців краю до співпраці. Впродовж першого року діяльності “Дністра” організовано мережу агенцій у Східній Галичині, а наступного – на Буковині. Дирекція намагається ознайомити широкі верстви населення з діяльністю товариства. Через товариство “Просвіта” була видана книжка “Три побратима”, або “Як поконали люди біду”, видавалися плакати, які пропагували товариство. Зусилля дирекції і наглядової ради дали

позитивні результати. Товариство зростало і розвивалося. Страхове товариство “Дністер” відіграло таку ж роль, що й банки. На початку ХХ ст. збільшилося фінансування торгово-промислових кооперативів, значно зросли операції з індустріального та групового страхування.

У 1889 році В. Нагірний заснував “Народну Гостинницю” – товариство, організоване з метою утворення у Львові українського готелю та ресторану. Як бізнесовий проект “Народна Гостинниця” заснована видатним культурним діячем, архітектором Василем Нагірним, який у своїх спогадах так написав про це: “У 1899 р. засновано за моєю ініціативою товариство з обмеженою порукою під фірмою” Народна Гостинниця”. Цим товариством задумав я досягнути таку ціль: 1) дати нашій молоді спромогу вивчитися готельного промислу, каварняного і шинкарського; 2) створити інституцію, що дбала б за ширення замилювання до ведення готельного промислу, шинкарського і каварняного...”.

Готель, кав’ярню і ресторан відкрили у 1906 р; інтер’єр виконали у народному стилі; гостинниця одразу стає одним з не багатьох місць де гуртувалася українська інтелігенція; тут, у ресторані та кав’ярні, регулярно декламували свої твори молоді українські письменники.

Спосіб участі Василя Нагірного у створенні котрогось товариства найчастіше був таким: він подавав ідею створення, працював над статутом, купував або винаймав камениці, якийсь час був директором чи головою, а тоді, переконавшись в його життєздатності, випускав у самостійне життя – і брався за наступний проект.

Важливою сторінкою біографії В. Нагірного є повсякчасна опіка молодого покоління. Зрештою, ціле його життя можна означити як рух у напрямку згуртування й опіки, а згадки про важку юність, вочевидь, давали наснагу до цього постійного руху вперед. У 1899 році він стає одним із співорганізаторів “Руської ремісничої і промислової бурси у Львові”, де майже на повному утриманні навчалися здібні сільські діти, які отримували тут освіту за фахом будівельника, слюсаря, столяра та ін. На пропозицію Нагірного взимку 1919 року було відкрито “Захист ім. Митрополита Андрея гр. Шептицького для сиріт”, де сотні дітей із понівеченими війною долями знайшли свій другий дім.

Отже, в кінці 19 ст. – початку 20 ст. Василь Нагірний створив ряд вдалих бізнес-проектів, які заклали економічну основу діяльності українського національного руху в Галичині.

**Козій І. В.**

к.філос.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІРРАЦІОНАЛІЗМ В УКРАЇНСЬКІЙ ФІЛОСОФІЇ ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ**

Говорячи про українську філософію початку ХХ ст. насамперед потрібно зазначити, що стрижневі вектори західноукраїнської та центральної і східної України кардинально відрізнялися. Радянська Україна взяла курс на популяризацію марксистської філософії, а тому про об’єктивний підхід щодо тлумачення філософських проблем не могло бути й мови. Існуюча тоді ідеологія вимагала від науковця чіткої позиції, або він “співець” марксистської ідеології, або представник опальної, більше того, ворожої західної доктрини. Кардинально протилежною можна назвати ситуацію котра склалася на західноукраїнських землях. Не будучи залежними від впливу тоталітарної ідеології, мислителі західної України могли вільно висловлювати власні думки та власну позицію. Центральною тезою вітчизняних діячів того часу була ідея українського національного відродження. Вони намагалися усі придатні світові концепти в царині філософії застосувати для укріплення та розвитку національної самосвідомості. І домінуючими у цьому процесі були ідеї саме новітньої західноєвропейської філософії (мова про течії некласичної філософії).

Необхідно зазначити, що на початку ХХ ст. в Україні відбувалось великомасштабне

національно-культурне відродження. Так М. Хвильовий висунув ідею “азіатського ренесансу”. Розробляючи цю ідею, він писав, що з південно-східної республіки комун, тобто з Радянської України, почнеться новітня культура, на яку чекає Європа. Схожої думки дотримувались і закордонні науковці, які у своїх працях констатували, що в Україні сконцентровано великий духовний потенціал. На противагу західноєвропейській цивілізації, де на першому місці були засади прагматизму, в Україні знаходиться духовне начало, яке зробить можливим подальший розвиток епохи культури. М. Олексюк зазначає, що: “В буржуазно-націоналістичній пресі систематично друкуються праці та окремі висловлювання А. Шопенгауера, М. Гартмана, Ф. Ніцше, А. Бергсона, У. Джемса, З. Фрейда, спрямовані проти людського розуму, на захист ірраціоналізму, інтуїції, інстинкту. Із серією статей, в яких возвеличення підсвідомих людських чинників займає центральне місце, виступають Д. Донцов, М. Іванейко, М. Сціборський, З. Пеленський, І. Стобар, Г. Калицький...” [2, с. 209].

Один з вітчизняних виразників цієї концепції – Д. Донцов, фактором гуртування і наступного росту нації обрав вольовий принцип. Його заслуга полягає у тому, що він вказав на потребу зміцнення волі до життя, екстраполювавши цю проблематику у площину української ментальності. Мислитель подає низку варіантів тлумачення “волі”: “воля влади” (Ніцше), “життєвий елян” (Бергсона), “жадоба перемоги” (Джека Лондона), чин для чину, “без мети”, “щоб гнатися в безвість” (Лесі Українки), “фантазія” (Шевченка), якій він жертвував видимий світ, звеличання “залізної сили ентузіазму”, елементу “нерозсудного” (Гоголя), “правда сильного”, і “право сили” (Куліша), – ось як характеризували цю волю чужі і наші провідники” [1, с. 221]. Але слід наголосити, що Д. Донцов усе ж таки деякою мірою перебільшив значення ірраціонального у людському житті. Проте не слід згаданий факт оцінювати тільки негативно, адже ситуація в Україні кінця ХІХ – початку ХХ ст. була доволі хиткою. Він без сумніву бачив усі ці негативні моменти, тому запропонував своє бачення виходу з кризи. Д. Донцов формує власну ідеологію в традиціях ірраціонально-волюнтаристичної філософії, тому головною метою для нього є певна дискредитація раціоналізму. На його думку, розум слід позбавити перебільшеного впливу на життя людини, адже раціоналізм “обезвольює” людину, позбавляючи її власних суб’єктивних рис. Таким чином мислитель нівелює раціоналістичну традицію за те, що більшість її представників скасовують основні принципи вільної дії і перебільшують значення сцієнтизму та позитивізму. Натомість цьому “хибному” шляху Д. Донцов пропонує головні постулати ірраціонально-волюнтаристичної філософії. Він критикує відомі на той час системи, що вихідним пунктом вважали постулат про свідомий контроль суспільства. Особливо гостро відгукувався про методи штучної побудови ідеальних суспільних парадигм. Мислитель наголошував на тому, що подібні штучні системи не “приживуться” в реальному житті, оскільки суспільство повинно розвиватися еволюційно. Д. Донцов створює свою систему цінностей: інтелекту протиставляє волю, логіці – інтуїцію, пасивності – агресію. Стосовно ж знання і віри, – віддає перевагу вірі. З метою зміцнення і утвердження волюнтаристичного напрямку у філософії він вдається до критики розуму, який, на його думку, потребує викриття і нівелювання власної вагомості. Таким чином Д. Донцов робить висновок, що розум призводить до наукового фаталізму, наслідком чого виступає применшення ролі людини як суб’єктивного фактору розвитку світу. Розум нав’язав такий стиль українській ментальності, що з необхідністю призведе до бездіяльності та “універсалізму”.

Можна зробити висновок, що раціональному об’єктивізму Д. Донцов протиставляє ірраціональний суб’єктивізм. Також він наголошує на важливості волі в соціальному плані, адже вона є “двигуном людських чинників”. Стосовно співвідношення розуму і волі у психологічному житті людини, Д. Донцов стоїть на позиції примату волі, оскільки “воля діє навіть там, де її не провадить жодне пізнання...” [1, с. 223]. Мислитель називає волю “ірраціональною здібністю людської душі”. Тому дати чітке визначення волі практично неможливо, її необхідно уміти відчувати. У свою чергу воля до життя – предмет, який нічим іншим пояснити неможливо, це те, що якраз і потрібно покласти в основу будь-якого тлумачення. Д. Донцов зазначає, що будь-яка національна філософія повинна бути

вибудована на волі до життя, що прив'язана до реалій буття і є відповіддю на ті чи інші життєві питання. Тому її жодним чином не потрібно зупиняти, а лише всіляко “підживлювати”. Воля може проявлятися у різноманітних формах, але все ж таки, зазначає мислитель, “воля життя” співзвучна з “волею влади”. Суб’єктивна воля внаслідок своєї природи намагається подолати грань, що відмежовує суб’єктивне від об’єктивного. Іншими словами, виявлення волі до життя виступає як своєрідний “виклик долі”, світу “об’єктивному”, з метою підкорити останній своїй волі, тобто самій собі.

Дійшовши висновку щодо практичної неможливості оформити ірраціональні пориви людського підсвідомого за допомогою законів логіки чи математики (звести до категорій і понять), представники новітнього українського націоналізму звертають свій погляд на мистецтво, що на їх думку спроможне у найвигіднішому світлі подати низку несвідомих факторів людського життя. В цьому контексті М. Олексюк пише: “Від суб’єктивного волонтаризму та ірраціоналізму ідеологи “новітнього”, “творчого” українського буржуазного націоналізму роблять ще один крок вперед, оголошуючи одним із вирішальних чинників людського життя божевілля, безумство” [2, с. 212]. Представники української філософії ірраціоналізму розглядають такий божевільний протест проти тотального домінування розуму як одну із найпотужніших спроб вільної людської особистості подолати пресинг навколишньої дійсності. Адже людина лише тоді може вважатися людиною у широкому розумінні цього поняття, коли не побоїться бунтувати проти власного розуму, який в цьому контексті з одного боку нівелює сенс життя, а з іншого – робить неможливим у повній мірі розкрити власну сутність, іншими словами ставить під сумнів саме буття людини. Якщо підходити до усього з точки зору лише здорового глузду то стає зрозуміло, що таке світовідчуття не лише не додає ентузіазму жити, а просто його “убиває”. Подібне божевілля не слід сприймати надто буквально адже очевидно, що ніхто не прагне принизити значення раціонального як в житті окремо взятої людини, так і усього людства загалом. Тут швидше ідеться про певні підсвідомі імпульси, що народжуються практично виключно у людській психіці, більше того – дозволяють людині бути людиною. Саме завдяки тим ірраціональним підсвідомим поривам людина творить те, що в наш час прийнято називати “другою чи олюдненою природою”.

#### **Список використаних джерел**

1. Донцов Д. Націоналізм. Лондон: Укр. Вид. Спілка, Торонто: Ліга Визвол. України, 1966. 363 с.
2. Олексюк М. Боротьба філософських течій на західноукраїнських землях у 20 – 30-х роках ХХ ст. Львів, 1970. 299 с.

**Пігош М. А.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **СПЕЦИФІКА ТА РОЛЬ АНАЛОГІЇ В НАУЦІ**

Важливе місце в наукових дослідженнях загалом, а в логіко-філософських, зокрема, займає аналогія. Вона застосовується при розв’язанні багатьох важливих професійних і творчих завдань в різних сферах діяльності людини. Аналогія в логіці – це умовивід (міркування), в якому на підставі подібності двох предметів (ситуацій, подій) в одних ознаках робиться висновок про схожість цих предметів у інших ознаках. В умовиводах за аналогією думка рухається від знань певного ступеня загальності до знань такого ж ступеня загальності.

Знання, отримані за аналогією, бувають неоднаковими по своїй обґрунтованості: в одних випадках висновки носять проблематичний характер, в других – достовірний. Цінність висновків за аналогією визначається характером вихідного знання про порівнювані предмети. Встановлення схожих ознак у порівнюваних предметів або відносин служить



основною підставою застосування умовиводу за аналогією. Висновок буде правдивим тільки в тому випадку, коли виявлена та зафіксована дійсна схожість, при цьому не в будь-яких, а тільки в суттєвих ознаках.

Розрізняють аналогію властивостей (предметів) та відношень. Відмінність між ними полягає в тому, що в аналогії властивостей порівнюються самі предмети та явища, які відносяться до однієї і тієї ж області дійсності, а в процесі побудови аналогії відношень уподібнювані предмети можуть відноситися до якісно різних областей дійсності. Тут важливо, щоб відносини, що існують між ними, були подібні, тобто володіли загальними властивостями.

При звертанні до аналогії відношень слід мати на увазі особливості цього висновку та не змішувати його з висновками за аналогією предметів. Якщо в останньому уподібнюються два предмети, то в першому самі предмети не порівнюються. При аналогії відносин уподібнюються відносини. Самі ж предмети, між якими ці відносини мають місце, можуть бути зовсім різними. Могутність такої аналогії, звільненої від вантажу предметності, надзвичайно велике. Використовуючи її, можна встановити необмежене число рис подібності між найвіддаленішими областями. Аналогія відносин є потужною зброєю людського мислення, що вимагає особливої обережності та розсудливості при його застосуванні. В умілих руках така аналогія може стати засобом глибоких, які випереджають свій час прозрінь або яскравих, поетичних образів, які змушують побачити світ у новому світлі та в незвичайному ракурсі. При аналізі явищ суспільного життя аналогія відносин часто використовується при оцінці подій, сприяє проведенню правильної тактичної лінії в політиці, економіці, суспільному житті.

За характером вивідного знання (за ступенем достовірності висновку) аналогію можна розділити на точну та просту. Точна аналогія дає достовірні висновки. Вона заснована на твердому знанні того, що ознаки порівнюваних предметів знаходяться в необхідній залежності. Застосовується в наукових дослідженнях, в математичних доказах. Також, широко використовується і в практичній діяльності. Керуючись точною аналогією, можна прогнозувати очікувану реакцію певної групи споживачів на послуги та товари на ринку. Проста аналогія має правдоподібні висновки з меншим ступенем імовірності ніж точна. Прикладом простої аналогії може бути прогноз погоди. На підставі раніше встановленої подібності робиться висновок про можливий характер погоди при наявності відповідних ознак. Вона часто зустрічається в суспільно-історичних дослідженнях, психології, юридичній практиці, в повсякденних висновках.

Аналогія є логічною основою висновків, здобутих за допомогою методу моделювання. Цей метод полягає в тому, що при пізнанні певного об'єкта використовують другий об'єкт, що заміняє перший. Під час моделювання, як і в аналогії, знання з одного предмета (моделі) переносяться на другий предмет (оригінал). Модель – це речова, знакова або уявна система, що відтворює, імітує чи відображає принципи внутрішньої організації або функціонування, певні властивості, ознаки чи характеристики оригіналу. Вона повинна відрізнятися від оригіналу: має бути простішою, доступнішою, але разом з тим зберігати тотожність характеристик моделі й оригіналу. Модель не лише може відображати існуючий предмет (оригінал), а й бути прообразом майбутнього предмета, особливо нових технічних пристроїв, машин.

Міркування за аналогією дали в науці чимало вражаючих результатів. Так, англійський хімік, філософ Джозеф Прістлі використав аналогію між горінням і диханням, і завдяки цьому зміг провести свої експерименти, які показали, що рослини відновлюють повітря, використане в процесі дихання або горіння. Німецький винахідник Йоган Гутенберг перейшов до ідеї пересувного шрифту за аналогією з чеканкою монет. Так було покладено початок книгодрукуванню в Європі.

Відомо й немало пустих, навіть безглузвих аналогій. Все залежить від характеру вихідних знань про порівнювані предмети, від достовірності, глибини рівня науковості цих знань. Для підвищення ступеня її імовірності висновків слід дотримуватися наступних вимог.

Кількість спільних ознак повинна бути якомога ширшою. Чим більше встановлено подібних ознак у предметів, тим вищий ступінь імовірності висновку за аналогією. Але лише одна кількість ознак, що збігаються, не є вирішальною. Ознак порівнюваних предметів може бути багато, але якщо ці ознаки другорядні, випадкові, то аналогія буде хибною. Тому, однією з важливих умов підвищення ступеня імовірності висновку в аналогії є характер зіставлюваних ознак. Чим більше схожих ознак і чим вони істотніші, тим імовірніший висновок. При побудові аналогії слід враховувати не лише схожі ознаки порівнюваних предметів, але й їх відмінності. Добираючи порівнювані предмети, необхідно відмовитися від упередженого суб'єктивного вибору ознак, тобто вони повинні бути одного й того ж типу.

Аналогія не є довільною логічною побудовою, в її основі лежать об'єктивні властивості і відношення предметів реальної дійсності. Кожний конкретний предмет або явище, володіючи великою кількістю ознак, представляє не випадкову їх комбінацію, а певну єдність, комплекс. Якою б дрібною не була та чи інша ознака, її існування та зміни завжди обумовлені станом інших сторін предмета або зовнішніх умов.

Висновки за аналогією широко використовуються в різних науках. Особливо плідно використовується вона на початкових стадіях пізнання. Аналогія є одним із засобів логічного опрацювання фактичного матеріалу та висування гіпотез. Широко застосовується не тільки у природознавстві під час вивчення явищ природи, а й у суспільних науках під час вивчення явищ суспільного життя. В юридичній теорії та практиці до аналогії звертаються у випадках правової оцінки. Міркування за аналогією широко використовується в художній літературі. Автори творів нерідко кладуть висновок за аналогією в основу сюжету. Літературні критики проводять паралелі: зіставляють героїв різних творів, їх авторів, думки та справи героїв порівнюються з переконаннями та обставинами життя їхніх творців.

У практичній діяльності, пізнанні нових незнайомих раніше предметів і явищ дійсності доводиться вдаватися до аналогії, яка дозволяє знайти відправний шлях дослідження, оскільки він може бути досягнутий тільки знаходячи відповідності між уже добре вивченим об'єктом і ще не відомим. Використання аналогії в процесі пізнання навколишнього світу породжує необхідність теоретичного засвоєння логічної сутності, структури та правил цього виду умовиводів, що є безсумнівною запорукою правильної оцінки та використання результатів, які можуть бути отримані за допомогою аналогії.

Отже, роль аналогії як евристичного засобу мислення надзвичайно велика. Вона є своєрідним джерелом здогадок, передбачень, гіпотез, які потім підлягають серйозній перевірці індуктивними та дедуктивними засобами. Висновки за аналогією і побудова відповідних моделей мають важливе значення для розвитку науки та широко використовуються при вивченні складних явищ і процесів.

**Сислюк І. П.**

викладач

КЗ ЛОР “Львівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти”

## **АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ЯК ФІЛОСОФСЬКО-ПЕДАГОГІЧНА КАТЕГОРІЯ**

Доброчесність у сучасному цивілізованому світі – це фундамент внутрішньої гармонії людини, стійкість її характеру та послідовність морального образу, які покликані виховувати інтелектуальну гідність і повагу до різноманіття думок та ідей, реалізуючи тим самим свою соціальну місію. Вужчим за змістом є поняття “академічна доброчесність”. Воно буде розглядатись нами як важлива складова частина професійно-педагогічної компетентності вчителів зокрема і високої якості організаційно-управлінської діяльності нової української школи загалом.

У Законі України “Про освіту” академічна доброчесність трактується як “сукупність етичних принципів та визначених законом правил, якими мають керуватися учасники

освітнього процесу під час навчання, викладання та провадження наукової (творчої) діяльності з метою забезпечення довіри до результатів навчання та/або наукових (творчих) досягнень” [2, ст. 42, ч. 1]. Академічна доброчесність є невід’ємною складовою забезпечення якості освітньої діяльності та якості освіти, а дотримання принципів академічної доброчесності під час освітнього процесу впливає не лише на якість шкільної освіти, а й на формування в учнів таких важливих цінностей, як чесність, довіра, справедливість, взаємоповага, відповідальність.

Однак, сучасні реалії засвідчують, що освітні заклади часто-густо не дотримуються такого імперативу у своїй діяльності, допускаючи академічну нечесність або ігноруючи академічні проступки з боку учнів та вчителів. Тому академічна нечесність нівелює саму цінність освіти, сприяє фальсифікації школи й тим самим зменшенню її внеску у суспільно-економічний розвиток.

В українських школах зустрічається академічне шахрайство у формі списування на контрольних роботах під час тематичного опитування чи державної підсумкової атестації, на що дуже спокійно реагують або правильніше сказати не реагують учителі.

У Законі України “Про освіту” порушенням академічної доброчесності вважається плагіат – це “оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства” [2, ст. 42, ч. 4].

Ще один прояв академічної недоброчесності – необ’єктивне оцінювання навчальних досягнень учнів. Багато років поспіль доводиться спостерігати і чути нарікання батьків на несправедливе оцінювання успіхів своїх дітей, які часто підтверджуються розбіжностями у річному і незалежному оцінюванні. Навчальні здобутки повинні оцінюватися справедливо, за прозорими критеріями, доцільність використання яких має бути обов’язково доведена до відома здобувачів освіти. Коли учень отримує від учителя несправедливу, необгрунтовану оцінку, то це підриває не лише довіру до вчителя, але й негативно позначається на формуванні відповідальності дитини за власні дії.

Неухильно дотримуватись норм академічної доброчесності передусім потрібно вчителям і власним прикладом демонструвати важливість дотримання норм академічної доброчесності у педагогічній діяльності. Інформування учнів про необхідність дотримання норм академічної доброчесності має відбуватись наскрізно: під час проведення навчальних занять, у позаурочних заходах, за допомогою наочної інформації. Батьки учнів також повинні бути поінформовані про необхідність дотримання норм академічної доброчесності. Зміст завдань у навчальному процесі необхідно спрямовувати на творчу та аналітичну роботу учнів, розвиток їх критичного мислення.

Таким чином, принцип академічної доброчесності від педагогічних працівників вимагає: виховання в учнів необхідності дотримуватись принципів академічної доброчесності власним прикладом; неупередженості при оцінюванні їх навчальних досягнень (на підставі чітких критеріїв); відсутності протекціонізму та шахрайства при проведенні олімпіад, конкурсів; дотримання норм законодавства України про авторське право і суміжні права та правил посилання на джерела інформації, яка використовується; чесності і ретельності в інноваційній та дослідно-експериментальній роботі; просвітницької роботи щодо дотримання академічної доброчесності учнями.

Керівництво закладу освіти має періодично моніторити стан дотримання норм академічної доброчесності у закладі освіти. Це можна робити шляхом вивчення публікацій педагогічних працівників, опитувань педагогічних працівників і учнів, спостережень за проведенням навчальних занять. Отриману в результаті моніторингу інформацію можна розглянути на засіданні педагогічної ради та використати у самооцінюванні якості освітньої діяльності та якості освіти у закладі [1, с. 135]. Варіанти реагування на факти порушень та можливих форм академічної відповідальності зафіксовані у Законі України “Про освіту” [2, ст. 42, ч. 6]. Цілком очевидно з точки зору світових стандартів, освіта без дотримання

етичних принципів залишатиметься напівдиким освітнім полем, де панують невігластво, обман, корупція, а самовіддана праця вчителів не шануватиметься, а часто й каратиметься.

Міжнародний центр академічної доброчесності при Ратлендському інституті етики, Університет Клемсон в Південній Кароліні, розробив документ “Фундаментальні цінності академічної доброчесності” (Fishman 2012). За цим підходом, академічна доброчесність – це відданість академічної спільноти, навіть перед лицем труднощів, шести фундаментальним цінностям: чесності, довірі, справедливості, повазі, відповідальності й мужності [3, с. 2].

Цілісна система норм, правил, устроїв потребує значних ресурсів, часу та навіть волі й мужності окремих осіб для свого утвердження. Академічна доброчесність не виникає “нізвідки”, “сама собою”: для її формування потрібна цілеспрямована робота і керівництва, і всіх педагогів закладу. Просвітницька робота, використання під час проведення навчальних та практичних занять доступних дітям методів пошуку і коректного посилення на джерела, робота над критеріями оцінювання навчальних досягнень та їх застосування – все це має постійно відбуватися у закладі освіти. А заходи, які спрямовані на забезпечення академічної доброчесності та контроль за її дотриманням – включатися до планування [1, с. 186].

Таким чином, академічна доброчесність є усталеним терміном і невід’ємною складовою якості освіти в усьому світі. Це передусім культура з усталеними моральними нормами і чіткими правилами гри та механізмами їх дотримання. Тому у період переходу до нової української школи кожен заклад освіти повинен мати затверджене Положення про академічну доброчесність. З нашої точки зору, це Положення повинно містити такі узагальнюючі принципи: правові та етичні норми; перелік можливих порушень; інформаційні заходи із формування академічної доброчесності та попередження фактів її порушення; порядок реагування закладу освіти на можливі факти порушення академічної доброчесності та можливі види відповідальності за ці порушення.

Концепція академічної доброчесності сприятиме підвищенню якості і конкурентоспроможності українських шкіл та допоможе їм стати повноцінними учасниками глобальних освітніх процесів.

#### **Список використаних джерел**

1. Бобровський М. В., Горбачов С. І., Заплатинська О. О. Рекомендації до побудови внутрішньої системи забезпечення якості освіти у закладі загальної середньої освіти. К.: Державна служба якості освіти, 2019. 240 с.
2. Про освіту: Закон України від 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
3. Сацук В. Академічна доброчесність: міфічна концепція чи дієвий інструмент забезпечення якості вищої освіти? URL: <http://education-ua.org/ua/articles/930-akademichna-dobrocheshnist-mifichna-kontseptsiya-chi-dievij-instrument-zabezpechennya-yakosti-vishchoji-osviti>.

## LOGISTICAL PROBLEMS IN THE CONTEXT OF EPIDEMIC THREATS SUCH AS CORONAVIRUS

The coronavirus epidemic had a number of consequences for the economy. In the worst crisis times in Poland in 2009-2010, the public finance sector deficit was over 7%. Now the situation may repeat itself. The deficit in 2020 will result from weakening economic growth, non-linear deterioration of effective tax rates, costs of anti-crisis programs. As a result of the epidemic, revenues of the Public Finance Sector will decrease, proceeds from the auction of CO2 emission rights and dividends from State Treasury companies and many other negative economic effects will occur. This situation is a consequence of problems that occur in particular areas of the economy.

One of the key such areas is the efficient management of supply chains and feeding them with priority goods.

As a result of the epidemic, existing systemic supply chain management solutions, which are foreseen in emergency situations, are insufficient or simply missing in many areas. This has led to the need to resort to provisional solutions, or surprising solutions implemented ad hoc. It also results in changes in the configuration of chains and significant changes in the type and quantity of freight and human flows.

Therefore, the aim of the study is to show examples of changes and actions in the logistics field related to the development of the epidemic.

### *Configuration changes in supply chains*

The introduction of regulations by Poland, which aim to ensure that domestic production, first of all, protects against epidemiological threats on the territory of Poland, causes the supply chains to shorten and the goods moved in them change the target user. The shortening of chains or even their liquidation is also affected by the closure of branches of foreign logistics centers due to staff shortages or economic and legal situation. Lack of possibility to receive goods in Italy, Portugal, Spain – makes it impossible to send them from Poland.

Moreover, a domino effect is observed when one supply chain restricts the flows in chains of other industries. For example, the closure of factories in the automotive industry reduces the flow of steel, cement, and chemicals.

It can be assumed that as a consequence of these experiences, models of hybrid chains will develop in the future, which will be based on flexibility and agility in terms of location-based exchange of business partners.

### *Change in turnover of the products being moved*

As a result of the pandemic, in addition to increasing the turnover of protective goods such as gloves, masks, disinfectants, medicines and dietary supplements – the demand for semi-finished products and raw materials is also changing. For example, PET film is disappearing from all warehouses, as it is used for face-screening and protection at sales points. These accessories mainly go to business entities and some of them are further distributed to individual customers.

The change in the volume of purchases in Poland for final consumers is visible, among others, from the analysis of payment card spending. On the basis of the data published by Bank Millennium and PKO BP, it appears that the clothing and footwear supply chains are the most vulnerable. However, this does not include cash transactions (e.g. sales at fairs) and credit transactions (e.g. characteristic of the automotive industry).

From the logistic point of view, the biggest challenge is the real possibility of estimating the

scale of orders or production of particular assortments of goods. Therefore, in the situation of products strategic for the state, there is a need to increase the transparency of orders at the level of a given product category, so that in the future warehouses will not be overcrowded with goods which have already saturated the market.

Another important aspect of goods flow management is the ability to use 3D devices for the production of necessary equipment such as eye protection, handles replacing handles, ventilators and the production of devices supporting the fight against epidemics, such as devices used to sterilize means of communication by means of ultraviolet radiation.

#### *Human capital management*

The coronavirus also poses challenges to human resource management. This concerns both health and safety at work in logistics centers as well as logistics related to coronavirus victims. In the first case, people working in the e-commerce sector are particularly vulnerable, where the dynamics of turnover growth is estimated at about 30%. In the second case, it concerns mainly the ability to create places to hospitalize patients and store bodies and their cremation.

#### *Cooperation*

The fourth important pillar of logistics in pandemic emergencies is the ability to establish rapid cooperation both to save the logistics sector and to adapt logistics processes to new needs.

A number of initiatives are being taken by organizations, businesses, authorities, and communities to support the logistics sector and to address the challenges of supply chain management and the implementation of relevant products in its channels.

Among others, the Employers' Association Transport Logistics Poland and the Lewiatan Confederation have developed a position on the TSL industry with BusinessEurope (with the largest business organization in Brussels). According to BusinessEurope, in order to secure closely linked logistics chains, transport must continue to operate as smoothly as possible. The organization notes that despite the European Commission's guidelines on border management and guidelines on the implementation of green lanes in freight transport, there are big logistical problems at the borders. In turn, the Polish Post has developed cooperation with the Ministry of State Assets, the Industrial Development Agency and the Agency of Material Reserves for the fight against the crown of the virus. Among other things, in cooperation with the Ministry of Health, it has created a warehouse of reserves of the personal protective equipment of several thousand square meters. The international logistics operator GlobKurier.pl and Codarius.com have joined forces in order to enable the rapid launch of Internet sales channels and logistics service on the basis of the so-called dropshipping.

Poland is only in the initial stage of coronavirus development thanks to, among other things, a quick reaction of the government and the introduction of large restrictions. Nevertheless, Poland is facing a number of logistical challenges that have already emerged in other countries.

Due to the lack of space in morgues in the UK, the hangar at Birmingham airport has been transformed into a temporary morgue with a capacity of 1500 bodies, with a target capacity of 12,000 if necessary. To solve a partly logistical problem in this area, it was decided that the city of New York will be supplied with more than 80 trucks – refrigerated trucks – to be used as temporary morgues. The lack of hospital places made it necessary to organize inter-city logistics for people infected with COVID-19. For this purpose, among other things, a special “medical TGV” was organized in which patients were transported. In Las Vegas, accommodation for the homeless was organized after the coronavirus was detected in the shelter. Currently, the homeless have to sleep on mattresses spread out on a concrete car park in specially designated zones. In the UK, Heathrow Airport has become the country's largest distribution center for coronaviral medicines. As a result, slots have been reduced, free parking has been offered for grounded aircraft as a result of COVID-19 and cash payments have been accelerated. Sales of innovative equipment are also growing. In China, in particular, autonomous vehicles are increasingly being used to distribute food and medicines.

These solutions for urban, inter-urban and freight logistics can provide a valuable source of inspiration for creating rules and guidelines for future threats and maybe a source of reflection to take earlier action to offset ad hoc logistics solutions.

**Pilyavskyy A.**  
Profesor  
Lviv University of Trade and Economics,  
**Bulhakova Y.**  
Phd, adiunkt  
Poznań University of Economics and Business  
Poznań, Poland

## **BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN THE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT**

Globalization and environmental turbulence require changes in the supply chain management paradigm. Blockchain in supply chain management is now increasingly being addressed. This research area is still poorly recognized, although many articles highlight the usefulness of applying intelligent solutions in supply chains. Slowly, review work on this topic is beginning to appear. However, there is a lack of a comprehensive approach that simultaneously examines blockchain technology and different aspects of supply chain management.

Blockchain technology is a decentralized database that stores a register of properties and transactions in a peer-to-peer network, secured by cryptography. It has been designed primarily for use in cryptographic transactions and related digital contracts [1]. The main advantage of blockchain is its transparency and ability to optimize digital information ecosystems.

Characteristic features of the blockchain technology are decentralization, mechanisms of understanding, traceability and high trust. It can solve the problem of tracking information in the process of collecting, transmitting and sharing information to prevent it from being compromised by using distributed accounting technology, an asymmetric encryption algorithm, and a smart contract [2].

Today, blockchain technology is not only used in the financial field. Entrepreneurs from various industries are trying to use this technology in other areas. That technology also has great potential in logistics. Because blockchain could improve supply chain management, increase the quality of logistics services, ensure their transparency, assures immutability and integrity of data without the need of a third trusted party, and reduce costs.

It could also help logistics professionals (carriers, freight forwarders, and brokers) to detect early fraud and prevent theft. It could improve the monitoring of previous commitments by logistics professionals, leading to the selection of a responsible logistics solution provider, which will increase customer confidence [3].

Because of the information mentioned above, this study seeks to examine and analyze the current state of the art in the application of blockchain technology in supply chain management and to synthesize existing evidence and identify the research gap in the literature.

The article also tries to answer the questions: how can the block chain influence different aspects of supply chain management (flexibility, speed, costs, quality)?

### **References**

1. Jugović, A., Bukša, J., Dragoslavić, A., & Sopta, D. (2019). *The possibilities of applying blockchain technology in shipping*. *Pomorstvo*, 33(2), 274–279.
2. Sun L., Li Z., Cao N., Zhou L. (2018) *Research on Application of Logistics Service Quality Management Based on Blockchain*. In: Hu T., Wang F., Li H., Wang Q. (eds) *Algorithms and Architectures for Parallel Processing. ICA3PP 2018. Lecture Notes in Computer Science*, vol 11338. Springer, Cham 8-3-030-05234-8\_19.
3. Jain, G., Singh, H., Chaturvedi, K. R., & Rakesh, S. (2020). *Blockchain in logistics industry: In fizz customer trust or not*. *Journal of Enterprise Information Management*.

**Костенко А. В.**  
к.ф.-м.н., доцент,  
**Подолець Р. Б.**  
студент

Львівський торговельно-економічний університет

## **АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ СУЧАСНИХ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ПЕРЕВІРЦІ ЗНАНЬ**

Традиційний тест являє собою стандартизований метод діагностики рівня й структури підготовленості. У такому тесті всі співробітники відповідають на ті самі завдання, в однаковий час, в однакових умовах і з однаковими правилами оцінювання відповідей.

Підготовку та проведення тестового контролю знань можливо розбити на наступні етапи: I) розробка тестових запитань та відповідей на них (тестових завдань); II) генерація достатньої кількості варіантів тестів; III) проведення тестування; IV) аналіз результатів тестування.

Перший етап є творчим завданням, автоматизація якого можлива лише після розробки експертної системи з дисципліни, для перевірки якої слід розробити тестові запитання. В даній роботі ці питання не розглядаються.

Другий етап можливо повністю автоматизувати як при комп'ютерному, так і при "класичному" (заповнення паперових бланків) варіантах тестування. Для розробки варіантів тестових завдань існують спеціалізовані підсистеми у більшості сучасних програмних продуктах як для реалізації комплексного дистанційного навчання, так і в спеціалізованих тестових системах. У більшості таких підсистем ввід переліку тестових завдань здійснюється або безпосередньо засобами самої системи, або експортується з звичайних текстових форматів. Такий підхід утруднює включення в набір тестових завдань графічної інформації, таблиць і т. ін. Тому для автоматизації цього етапу в даній роботі при розробці Windows-застосування для генерування наборів тестових завдань застосовано COM-технологію [1]. Оскільки текстовий редактор WORD є зовнішнім COM-сервером, то розроблене програмне забезпечення безпосередньо аналізує перелік тестових питань у Word-документі, який оформлений згідно наступних правил. 1) Текст з переліком запитань має бути підготовлений у форматі Word-документу або у RTF-форматі. 2) Кожне запитання та кожен з варіантів відповідей (надалі – блок) складається з одного або декількох абзаців, і не містить порожніх абзаців. В тексті переліку запитань послідовно розташовують: блок з запитанням, блоки з відповідями на це запитання, блок з наступним запитанням і т. д. Блоки між собою розділяються порожніми абзацами. 3) Малюнки, формули та таблиці довільно розташовують у блоках. 4) Запитання повинне бути виділений жирним шрифтом (достатнім є виділення першого символу запитання). 5) Правильна відповідь повинна бути виділена червоним кольором шрифту (достатнім є виділення першого символу відповіді).

Варіанти наборів тестових запитань генеруються з одного або декількох файлів, що містять оформлені вказаним чином тестові запитання. Це дозволяє отримувати варіанти з рівномірним розподілом запитання по темам або складності, що відповідає вимогам формування педагогічних тестів [2].

Етапи III та IV можливо автоматизувати лише для комп'ютерного тестування. Для автоматизації етапу IV на основі CGI технології [3] з використанням JavaScript-сценаріїв розроблене відповідне Web-застосування, що встановлюється на комп'ютер, який є Web-сервером (програмне забезпечення перевірене в середовищі Web-сервера Apache). На користувацьких комп'ютерах для проведення тестування достатньо наявності одного з Web-браузерів. Під час тестування здійснюється контроль як за часом відповіді на одне запитання, так і за час виконання тесту в цілому. Якщо співробітник не встигне відповісти на запитання за встановлений час – він отримає за нього 0 балів. Питання, на які у співробітника не вистачило часу з загального часу відведеного на тест також зараховуються з нульовим балом.



Етап V також здійснюється на основі Web-технологій. Викладач може переглянути хід тестування кожного співробітника. Можливо переглянути: питання, відповіді, відповідь, яку обрав співробітник та вірну відповідь.

#### **Список використаних джерел**

1. *Component Object Model*. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Component\\_Object\\_Model](https://uk.wikipedia.org/wiki/Component_Object_Model).
2. Булах І. Є., Мруза М. Р. *Створюємо якісний тест: навч. посіб.* URL: <https://testcentr.org.ua/books/stvoryuyemo-yakisnyu-test.pdf>.
3. *Технологія Common Gateway Interface (CGI)*. URL: <http://bourabai.kz/dbt/web/4.htm>.

**Артеменко В. Б.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОНЛАЙН-НАВЧАННЯ КОРИСТУВАЧІВ СИСТЕМИ МОНІТОРИНГУ РЕГІОНАЛЬНИХ СИНТЕТИЧНИХ ІНДИКАТОРІВ ЯКОСТІ ЖИТТЯ**

Ключовим елементом в інформаційно-аналітичному забезпеченні органів управління регіональним розвитком є моніторинг. Його місце та роль як основи для підтримки прийняття управлінських рішень вказані в законах України та постановах Кабінету Міністрів України. Важливою науковою задачею під час впровадження моніторингу є розробка методологічних основ щодо побудови та застосування системи зведених індикаторів, які забезпечуватимуть адекватність оцінок ефективності роботи державних і місцевих органів управління розвитком регіонів, розроблення та запровадження системи моніторингу цих індикаторів.

На наш погляд, зведені індикатори ефективності повинні відображати на державному та місцевому рівні ступінь досягнення такої стратегічної мети розвитку регіонів, як забезпечення послідовного підвищення якості життя їх населення. Отож система моніторингу індикаторів ефективності розвитку регіонів має забезпечувати аналіз і комплексне оцінювання зведених індикаторів якості життя населення.

В [1] висвітлюються підходи, спрямовані на розробку системи синтетичних індикаторів якості життя населення. Мова йде про використання економетричного підходу до згортання аналізованих показників у регіональні синтетичні індикатори якості життя (РСІЯЖ). Для їх застосування пропонується також створення інформаційно-аналітичної системи моніторингу регіональних синтетичних індикаторів якості життя (ІАСМ-РСІЯЖ).

Підходи до розроблення ІАСМ-РСІЯЖ висвітлюються в роботі [2]. Тут зазначається, що необхідною вимогою для практичного застосування цієї системи є залучення до навчання її цільових користувачів: інвесторів, підприємців, фахівців органів державного та місцевого управління, інших агентів. Обумовлюється це тим, що користувачі ІАСМ-РСІЯЖ мають добре розуміти можливості системи, методи побудови та практичного застосування РСІЯЖ.

Ми маємо на меті розглянути в доповіді інноваційні підходи до навчання користувачів ІАСМ-РСІЯЖ на підставі гібридної моделі масового відкритого онлайн курсу (Massive Open Online Course – MOOC). За допомогою цієї моделі та концепції неперервного навчання цільові користувачі зможуть ознайомитися з можливостями системи моніторингу та набути необхідні знання і навички для вдосконалення управління ефективністю регіонального розвитку.

Сьогодні серед активних учасників освітніх проєктів, що використовують MOOC, можна відзначити: EdX, Coursera, Udacity. Заслугує на увагу також і проєкт OpenupEd, ініційований Європейською асоціацією університетів електронного навчання, і вітчизняній освітній проєкт Prometheus, який використовує найкращі онлайн курси України та світу.

На основі аналізу застосування вказаних освітніх проєктів можна зробити висновки, що різноманітні педагогічні підходи до масового онлайн-навчання трансформувалися у наступну типологію MOOC.

xMOOC – ця модель орієнтована на академічний підхід до навчання та підтримувана в

класичних університетах. Зміст онлайн курсів розробляється викладачами та експертами в деякій предметній галузі, курси проходять за чітким графіком навчання і містять конкретні завдання, що передбачають атестацію учасників і оцінювання їх знань. Прикладами такої моделі є проекти Coursera, EdX, Udacity, які успішно діють з 2012 року.

cMOOC – модель заснована на коннективістському підході та передбачає використання концепції зв'язаних знань (connective knowledge) і спілкування учасників. Особливістю курсів cMOOC є те, що онлайн-навчання проходить у зв'язаній мережею груп людей, які активно спілкуються і використовують блоги, вікі, форуми, соціальні мережі та інші веб-інструменти для пошуку знань. Основне завдання учасників cMOOC – це пошук і подання навчального матеріалу за допомогою різних форм і засобів.

На засадах аналізу сучасних зарубіжних наукових публікацій з розглядуваної тематики можна розширити типологію MOOC, обґрунтувавши доцільність розроблення і використання гібридної моделі xMOOC/cMOOC (Hybrid pedagogical model: xMOOC/cMOOC).

На наш погляд, навчання цільових користувачів ІАСМ-РСІЯЖ доцільно проводити із використанням гібридної моделі MOOC “Моніторинг індикаторів ефективності регіонального розвитку”. Ця модель онлайн курсу заснована на використанні платформи X (LMS Moodle – для електронного навчання) і платформи С, де передбачається застосування соціальних мереж (наприклад, Twitter) і сучасних веб-інструментів для формування персональних навчальних середовищ [3].

Гібридна модель аналізованого MOOC поєднує формальну та неформальну навчальну діяльність (на платформі X) з неофіційним навчанням (на С платформі), забезпечуючи таким чином співпрацю учасників онлайн курсу для створення безперервного потоку знань між платформами. Співпраця інтерпретується як педагогічний ресурс, який безпосередньо залучає учасників та знижує рівень відмови від MOOC.

Результати виконаних досліджень дозволяють зробити такі висновки та узагальнення.

1. Сьогодні застосування масових відкритих онлайн курсів пов'язане з ініціативами педагогів-дослідників і провідних американських і європейських університетів, заснованих на принципах відкритості та доступності освітніх ресурсів, рівності учасників навчального процесу, інтернаціоналізації освітніх систем.

2. MOOC є новим, недостатньо дослідженим інноваційним підходом до організації навчання цільових користувачів інформаційно-аналітичних систем на базі нових концепцій (коннективізму і конструктивізму) та сучасних соціальних сервісів (веб-інструментів).

3. Запропонована гібридна модель MOOC розрахована на мотивованих користувачів ІАСМ-РСІЯЖ. На основі цієї моделі можна забезпечити цільовим учасникам онлайн курсу “Моніторинг індикаторів ефективності регіонального розвитку” підвищення кваліфікації, залучити їх до спільних проектів, сформувати стійкі співтовариства практиків і сприяти таким чином їхньому професійному розвитку.

4. В останніх версіях LMS Moodle, на засадах якої розробляється ІАСМ-РСІЯЖ та класична модель xMOOC “Моніторинг індикаторів ефективності регіонального розвитку”, можна вбудовувати веб-інструменти для створення персональних навчальних середовищ і персональних навчальних мереж. Це створює умови на платформі С (cMOOC) для кращого вироблення нових знань і розвитку модулів у xMOOC.

5. Розроблення та використання гібридної моделі MOOC “Моніторинг індикаторів ефективності регіонального розвитку” є доцільним підходом. Це сприятиме неперервному навчанню цільових користувачів ІАСМ-РСІЯЖ і вдосконаленню управління ефективністю регіонального розвитку.

Перспективами щодо подальших досліджень і розроблення нових підходів до онлайн-навчання користувачів ІАСМ-РСІЯЖ є застосування різних засобів мобільного зв'язку для дистанційної підтримки надбання знань у цільових користувачів інформаційно-аналітичної системи моніторингу. Забезпечити такий доступ можна з використанням спеціальних додатків для LMS Moodle, які можна скачати із сайту MLE – Mobile Learning Engine. Тут же знаходяться інструкції по інсталяції цих Open Source програмних продуктів.

### Список використаних джерел

1. Артеменко В. Б. Комплексне оцінювання ефективності соціально-економічного розвитку регіонів на основі критеріїв якості життя населення. *Регіональна економіка*. 2005. № 3. С. 84–93.
2. Артеменко В. Б. Дистанционная поддержка приобретения знаний в системе мониторинга эффективности управления социально-экономическим развитием регионов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/distsionnaya-podderzhka-priobreteniya-znaniy-v-sisteme-monitoringa-effektivnosti-upravleniya-sotsialno-ekonomicheskim-razvitiem/viewer>.
3. Артеменко В.Б. Персональные учебные среды в управлении региональным развитием. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/personalnye-uchebnye-sredy-v-upravlenii-regionalnym-razvitiem/viewer>.

**Артищук І. В.**

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕКЛАМІ І PR

Система традиційних рекламних технологій та форм, що сформувалась у ХХ ст., хоч і використовується в сучасній рекламній практиці, проте значно поступається новітнім технологіям, однією з причин появи яких є конкуренція на сучасному ринку товарів та послуг. Хоч якою б якісною була реклама, з часом вона починає набридати споживачеві. Це стосується як способів розкриття ідейного задуму, так і засобів поширення, носіїв рекламних звернень.

На нашу думку, ефективнішими від традиційних рекламних методів впливу на кінцевого споживача стали методи з використанням інноваційних технологій. Перш за все, вони базуються на використанні професійного технічного забезпечення, новітніх комп'ютерних технологій і нестандартних способів подачі інформації.

Інноваційні технології активно впроваджуються в рекламний інструментарій ХХІ століття. Інновації використовуються в різних областях реклами та PR, як в її традиційних форматах, так і в нестандартних рекламних комунікаціях. Розглянемо деякі види інноваційних рекламних технологій [1].

1. Технологія відеореклами в місцях масового скупчення людей з використанням InDoog TV. В останні роки ця рекламна технологія серйозно удосконалилася – з'явилася нова технологія X3D video, розроблена компанією X3D Technologies Corporation. Тривимірна технологія дозволяє зображенню легко вийти за межі екрану, потім так само легко повернутися назад, виробляючи тим самим незабутнє враження на що проходять повз людей. Її основна відмінність від простих 3D технологій полягає в можливості сприйняття тривимірних зображень без використання додаткових коштів, таких як спеціальні шоломи або стереоокуляри. Крім того, реалістичність зображення доступна на досить великій відстані. Завдяки великому куту огляду і технології просторового відтворення ефект помітний на відстані до 100 метрів, що зручно для представлення товарів і послуг в пунктах продажів. Ця технологія популярна в таких країнах, як Японія, Китай, Франція, Німеччина, США. Її активно використовують у великих супермаркетах, клубах, розважальних торгових центрах. Реклама з використанням X3D video набула поширення в сфері комп'ютерних технологій, а також банківської та продуктової.

2. Технологія інтерактивної взаємодії Just Touch, що з'явилася в США на початку 21-го століття. Вона дозволяє відстежувати рух рук споживача і з їхньою допомогою управляти функціями меню, розташованого на спеціальному табло. Завдяки надчутливій сенсорній плівці, що покриває поверхню інформаційного табло, система реагує на будь-яке, навіть найлегший дотик. Споживач має можливість легко знайти потрібну йому інформацію, перевірити наявність товару, ознайомитися з програмою закладу, при цьому в поле його зору постійно потрапляє логотип рекламованого бренду. За допомогою такої системи будь-яка вітрина може перетворитися в повнофункціональний канал продажів, будь то вітрина автосалону, банку або стенд виробника йогуртів. Така технологія цілком може застосовуватися при "розкрутці" нового товару, тому що, по-перше, споживач обов'язково оцінить інноваційний підхід виробника, по-друге, буде вдячний за ненав'язливу подачу

інформації та економію часу, і, по-третє, отримує масу позитивних емоцій.

3. Технологія Ground FX, яка представляє собою надсучасну інтерактивну проекцію. Розроблена компанією GestureTek, ця технологія дозволяє споживачу не просто спостерігати за рекламним сюжетом, а й приймати в ньому участь, що досягається шляхом проектування об'ємного зображення на плоску поверхню. Наприклад, на віртуальній воді утворюються круги, літає зграя птахів, а віртуальний пан привітно кивне головою. За допомогою цієї технології можливо навіть забити гол у віртуальні ворота. Вперше Ground FX була випробувана рекламодавцями США і Пуерто-Ріко в таких відомих місцях, як центр American Airlines Center, Andels Stadium, Wachovia Center. Також одними з перших технологією скористалися книжковий магазин на Манхеттені і пара великих супермаркетів в Голлівуді, які перетворили підлогу між вітринами у віртуальний морське дно.

4. Технологія Free Format Projection, здатна вразити уяву і привернути увагу будь-якого, навіть самого байдужого глядача. Ця технологія створює відчуття присутності персонажів або інших об'єктів в натуральну величину за рахунок особливої обробки зображення, яке згодом проектується на поверхню. Тут фантазія рекламодавця може бути безмежна: віртуальна дівчина, приміряє вбрання прямо у вітрині магазину, величезна пляшка, танцююча біля входу в розважальний центр, консервна банка, прогулюються між рядами в супермаркетів і т.п.

5. Технологія проекційної реклами. Даний вид реклами полягає в проектуванні зображень на великі поверхні площею до 2 тис. м<sup>2</sup>. Це новий вид реклами, який замінив вінілові плакати на стінах будинків – брендмауери. У проекційної реклами ряд переваг: низька собівартість; швидка окупність вкладень; більш високе залучення уваги, ніж у зовнішньої реклами; можливість показу декількох рекламних зображень на одному місці; висока швидкість зміни рекламного зображення. Рекламні проекції перетворюються з яскравої картинки в спосіб спілкування бренду з споживачем. Їх можна розташувати, де завгодно: на вулиці, в будівлі, а також з легкістю переміщати і видозмінювати в режимі реального часу. Рентабельність такого виду реклами набагато вище, тому як рекламні зображення виходять великими і барвистими, їх важко не помітити. Сучасні мультимедійні проектори вже здатні навіть відтворювати звук, а також об'єднувати комп'ютери в мережу і підключати її до Інтернету. Це означає, що креативні можливості не обмежені. Клієнтами даного виду реклами є організатори концертів, банки, оператори стільникового зв'язку, радіостанції, телеканали, туроператори, фітнес клуби.

6. Технологія VIDEOCLICK. Інноваційна технологія в інтернет-рекламі, яка об'єднує в собі самі популярні види реклами, такі як відео і контекст. Ефективність рекламного повідомлення обумовлюється можливістю розміщення рекламного ролика в текстах тематичних матеріалів. Відеоролик з'являється і відтворюється тільки при усвідомленому наведенні курсору на виділене слово. Воно підбирається в залежності від цілей і завдань кожної компанії. За допомогою цієї інноваційної технології можуть бути вирішені наступні завдання: проведення рекламної кампанії щодо підвищення іміджу, популярності бренду, просування товарів і послуг, оповіщення споживачів про наявність знижок, акцій і т.д. Контекстну відеорекламу можуть використовувати торгові фірми, які спеціалізуються на продажу товарів повсякденного попиту, виробів вищої категорії, автомобілів, нерухомості і т.д.

Отже, сучасні інноваційні технології незабаром потіснять традиційну рекламу. За підрахунками фахівців, їх використання збільшує обсяг продажів майже наполовину, що є величезною перевагою інноваційної реклами.

Також перед рекламістами стоїть завдання пошуку нових креативних рішень, починаючи з цікавого ідейно-змістового наповнення рекламних звернень і закінчуючи суто технічними засобами їх відтворення. Існує багато інструментів інтернет-маркетингу, ми виділимо найбільш перевірені і успішні:

- SMM – Social Media Marketing;
- SEM (Search Engine Marketing) – пошуковий маркетинг;
- SEO-оптимізація сайтів під пошукові машини;

–SMO (Social Media Optimization) – оптимізація сайтів, спрямована на утримання клієнтів;

- Контекстна реклама;
- Банерна реклама;
- Флеш-ігри;
- Відеоролики;
- E-mail маркетинг;
- SMS-маркетинг;
- Ведення блогу;
- Відео-маркетинг;
- Ремаркетинг і ретаргетинг;
- Event marketing (подієвий маркетинг).

На даний час поширений комплексний інтернет-маркетинг, тобто використання декількох інструментів на різних етапах. Наприклад, попит зручно формувати за допомогою контекстної реклами, а трафік найкраще генерується за допомогою SEO. Email- і SMS-маркетинг допомагають при роботі з клієнтами, які вже переконалися в якості вашого продукту і зацікавлені в подальших покупках [2].

Більший ефект інструментам рекламування дає звичайно те, що вони здійснюються за допомогою інтернету. Рекламуючи свій чи товар послугу таким чином, ви можете розраховувати на те, що ваша реклама може бути показана на аудиторію, що складає більш 12 мільйонів чоловік. Тому, підприємці не шкодують витратити свої кошти на таку рекламу. Дані результатів опитування ста керівників рекламних компаній в США говорить про готовність їхніх клієнтів нести витрати на інтернет-рекламу. З'ясувалося, що 47% організацій кожен рік збільшують рекламні бюджети на 10%, ще 27% мають намір їх підвищити на 11-30%, а 12% організацій готові більш ніж до 30%-ного збільшення [3].

Кожного року технології йдуть уперед, набирають обертів нові тенденції, що впливає на всі схеми, за якими люди роблять бізнес у цифровому світі. Щоб бути попереду конкурентів або щоб залишатися у грі, потрібно вчитися працювати з новими трендами та бути достатньо гнучким, щоб адаптуватися під ці зміни. Тому, перспективами подальших напрямів досліджень можуть стати рекомендації щодо ефективного використання окремих інструментів Інтернет-реклами та оцінка їх результатів.

Таким чином, традиційні методи реклами та PR потрохи втрачають свої позиції, а інноваційні технології та інструменти інтернет-маркетингу стають трендом в сучасній рекламі та практичним засобом збільшення прибутків. Отже, можна впевнено говорити про те, що на поточному етапі розвитку реклами та PR використання інноваційних технологій та інструментів інтернет-маркетингу є вже не модною тенденцією, а об'єктивною необхідністю.

#### **Список використаних джерел**

1. Глушкова Т. В. Інноваційні складники сучасної реклами. Актуальні питання масової комунікації. 2013. Вип. 14. С. 140–143.
2. Сичова С. С. Інноваційні рекламні технології в сфері послуг. Наукове товариство студентів XXI століття. економічні науки: зб. ст. по мат. LX міжнар. студ. наук.-практ. конф. № 12 (60). URL: [https://sibac.info/archive/economy/12\(60\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/12(60).pdf).
3. Чухрай Н. І. Маркетинг інновацій: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. 256 с.

**Кісілевич О. В.**

к.ф.-м.н., доцент,

**Новосад З. Г.**

к.ф.-м.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## МОДЕЛЮВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Фінансова криза є досить складним явищем, передбачити яке в умовах динамізму сучасного світу дуже складно. Сучасна українська економіка переживає не кращі часи, що, на жаль, викликано не тільки світовою економічною кризою. Варто відзначити важливість і актуальність проблеми розвитку економіки в період кризи, оскільки сировинний характер української економіки зумовив гостру реакцію на його першу появу, що відобразилася в істотному погіршенні більшості макроекономічних показників.

Виділяють такі основні передумови кризи:

– фундаментальні взаємозв'язки між економіками різних країн як результат активізації глобалізаційних процесів;

– зникнення бар'єрів між різними фінансовими ринками внаслідок розвитку інформаційних технологій;

– специфічна модель поведінки інвесторів у кризовій ситуації – “стадний інстинкт”, тобто однотипна поведінка інвесторів стосовно виведення капіталів з країни, охопленою фінансовою кризою.

Криза в економіці спричинюється певними видами шоку. Одним з таких видів є *екзогенний шок*. Це шок, який зумовлюється різкою зміною ситуації, випадковістю, реалізованим ризиком та неконтрольованістю. Наслідками його дії є наявність збитків, криза та невизначеність. Водночас, простежується й думка, що власне криза може провокувати іншу кризу. Наприклад, різка зміна валютного курсу може стати шоком та спровокувати банківську кризу.

У відповідь на екзогенний шок є вбудовані в економіку стабілізатори. Непрямі податки такі, як податок на додану вартість, податок з продажу, податок з обігу також забезпечують вбудовану стабільність, так як вони є частиною ціни товару. В період рецесії, коли загальний об'єм продажу зменшується, надходження від непрямих податків скорочуються. При перегріванні, навпаки, ростуть сукупні доходи і об'єм продаж, що збільшує надходження від непрямих податків. Стабілізація економіки відбувається автоматично.

Виплати по безробіттю та бідності також є автоматичними стабілізаторами, оскільки загальна сума їхніх виплат змінюється в залежності від фази циклу: вона збільшується при економічному спаді, тобто по мірі того, як люди почнуть втрачати роботу, стаючи безробітними і опиняючись за “межею бідності”, і скорочується при бумі, коли спостерігаємо “зверхзайнятість” та ріст доходів. Ці виплати є трансфертами – ін'єкціями в економіку. Їх виплата сприяє росту доходів, а також росту сукупних витрат, стимулюючи економіку в період спаду. Зменшення загальної суми таких виплат при бумі має стримуючий вплив на економіку. Таким чином, в економіці при наявності трансфертів маємо додатково вбудований стабілізатор. Отже, зміна сукупного випуску у відповідь на екзогенний шок за наявності вбудованих стабілізаторів суттєво менша, ніж при їх відсутності; при цьому, чим більше вбудованих стабілізаторів в економіці, тим менші коливання сукупного випуску.

В умовах сучасної економіки, яка динамічно розвивається, найважливішим ключовим елементом планування виробництва продукції на підприємстві є логістична модель управління фінансовими ресурсами підприємства.

Класичне логістичне відображення

$$x_{n+1} = \lambda x_n (N - x_n), \quad (1)$$

можна застосовувати під час дослідження динаміки зростання малих підприємств. За

певних умов у системі (1) виникає множина біфуркацій подвійного періоду, а при великих  $n$  у системі виникає хаос.

В моделі адаптації фірми в ринкових умовах її стратегію можна описати логістичним рівнянням:

$$x_{t+1} = \lambda(x_t - L)x_t \left(1 - \frac{x_t}{H}\right) + x_t, \quad (2)$$

де  $x_t$  – рівень доходу фірми в момент часу  $t$ ;  $\lambda$  – параметр, що залежить від тривалості виробничого циклу та характеризує певний спосіб виробництва;  $L$  – рівень прибутку, необхідний для того, щоб обсяги продажу в майбутньому забезпечили нормальний рівень прибутку;  $H$  – максимальний рівень прибутку. Можна показати, що рівняння (2) зводиться до класичного логістичного відображення, і тому при деяких значеннях параметрів ця модель описує хаотичне поведіння системи.

Аналогічну модель можна побудувати для інвестиційної динаміки [2]. Зі зростанням інвестицій економіка наближається до інвестиційного бар'єру. Лаг між інноваціями та їх реалізацією зменшується. При цьому зменшується можливість апробування альтернатив і зростає загальна невизначеність. Орієнтація на поточну кон'юнктуру спричинює надлишок капіталу, зниження темпів виробництва та продуктивності, що може призвести до інвестиційної кризи на ринках капіталу. Логістичне відображення можна також використовувати в дослідженні критичних режимів та хаосу на фондових і валютних ринках. Моделювання оптимальної стратегії за допомогою логістичного рівняння пов'язане з прогнозуванням можливих труднощів і плануванні заходів, що зменшують несприятливі наслідки.

#### Список використаних джерел

1. Akhmet, M., Akhmetova, Z. and Fen, M. Chaos in Economic Models with Exogenous Shocks. *Journal of Economic Behavior & Organization*, Elsevier, Vol. 106(C), (2014) 95108.
2. Lopez-Ruiz R, Fournier-Prunaret D. Complex behaviour in a discrete logistic model for the symbiotic interaction of two species. *Math. Biosci. Eng.* (2004), 1, 30724.

**Костирко В. С.**

к.ф.-м.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## СИСТЕМА ВЕРИФІКАЦІЇ ПРОГРАМ НА МОВІ PYTHON

Ідея побудови формального доведення правильності програм належить Флойду. Його робота [1] спричинила бурхливий розвиток теоретичних досліджень, які привели до реалізації ряду експериментальних комп'ютерних систем верифікації програм.

Однак, жодна з цих систем не стала доступною широкому загалу, очевидно, через значну складність цих систем, а також технологій їх застосування. Тож задача створення достатньо простої і доступної системи верифікації програм залишається актуальною і зараз.

В роботі описано експериментальну систему верифікації програм *VerPro*. Система призначена для аналізу програм з простої підмножини популярної мови Python.

На вхід системи подається анована програма, анотація якої подається в коментарях спеціального вигляду. Такі коментарі повинні визначати специфікацію програми (у вигляді передумови та післяумови), а також індуктивні припущення, які повинні бути на кожному замкнутому шляху в програмі.

Метод Флойда приводить задачу верифікації програми до задачі верифікації скінченної множини скінчених шляхів програми. Цю задачу методи протягування умов вперед чи назад зводять до задачі перевірки істинності ряду формул з логіки предикатів першого порядку, які називаються умовами коректності.

В системі *VerPro* змість логічного виводу застосовується спрощення умов коректності

за допомогою еквівалентностей логіки предикатів першого порядку та предметної області (наприклад, елементарної арифметики). До них відносяться, наприклад, відомі закони асоціативності, комутативності та дистрибутивності.

Метод протягування назад застосовується переважно в теоретичних дослідженнях і може приводити до більш простих формул. Зате метод протягування вперед (який ще називають символьним виконанням програми) є більш наочним та інтуїтивно зрозумілим. У системі *VerPro* побудова умов коректності здійснюється за допомогою символьного виконання шляхів.

Система *VerPro* реалізована на мові Python і базується на декількох бібліотеках:

–Бібліотеці класів та функцій *arithmetic* для еквівалентного перетворення арифметичних виразів;

–Бібліотеці класів та функцій *logic* для еквівалентного перетворення логічних виразів;

–Бібліотеці класів та функцій *trees* для представлення виразів деревами;

–Бібліотеці функцій *verification* для верифікації програм.

В системі *VerPro* арифметичні та логічні вирази представляються деревами. Це дозволило для їх обробки застосовувати рекурсію. Застосування рекурсивних функцій зробило систему простішою і більш зрозумілою.

Для перетворення текстових виразів у дерева застосовується проміжне представлення виразів оберненим польським записом. Лексичний аналіз текстових виразів в інфіксному записі та перетворення їх в обернений польський запис здійснюється функціями з бібліотеки *trees*. Перетворення виразів з інфіксного в обернений польський запис базуються на методі Дейкстри, доповненому пріоритетами операцій та обробкою унарних операцій [2].

Елементарною назвемо таку імплікацію, антецедент і консеквент якої є кон'юнкціями відношень між термами предметної області. Умови коректності представляють собою елементарні імплікації або можуть бути приведені до такого виду.

В ході спрощення умов коректності еквівалентними перетвореннями їх представлення елементарними імплікаціями зберігається завдяки таким еквівалентностям, які назвемо редукцією [3]:

$$a \rightarrow a \wedge b \equiv a \rightarrow b \wedge a \equiv a \rightarrow b$$

$$a \rightarrow a \equiv a \rightarrow True$$

Ці правила еквівалентних перетворень дозволяють з консеквентів імплікацій усувати кон'юнкти, які присутні в їх антецедентах. Після редукції останнього кон'юнкта консеквент імплікації перетворюється в логічну константу *True*. А така імплікація є істинною.

Мета еквівалентного перетворення умов коректності в системі *VerPro* полягає у встановлення їх істинності. Ця мета не завжди досяжна за допомогою наявних у системі еквівалентних перетворень. Зате система працює автоматично і дозволяє максимально спростити умови коректності.

Зауважимо, що умови коректності не завжди є елементарними імплікаціями. Оскільки будь-яку формулу логіки висловлювань можна привести до кон'юнктивної нормальної форми, то без обмеження загальності можемо вважати, що антецедент і консеквент умови коректності є кон'юнкціями диз'юнкцій відношень термів предметної області.

Наведені в [3] еквівалентності дозволяють привести задачу перевірки істинності неелементарної імплікації до задачі перевірки істинності ряду елементарних. Правило

$$(p \vee r \rightarrow q) \equiv (p \rightarrow q) \wedge (r \rightarrow q)$$

дозволяє вилучити диз'юнкцію з антецедента імплікації. А правило

$$(p \rightarrow q \vee s) \equiv (p \rightarrow q) \vee (p \rightarrow s)$$

вилучає диз'юнкцію з консеквента імплікації.

Правила вилучення диз'юнкції з антецедента та консеквента імплікації дозволяють привести задачу перевірки умов коректності контрольних шляхів програми до задачі перевірки істинності ряду елементарних імплікацій (а з цим уже непогано справляється підсистема спрощення виразів системи *VerPro*).

Однак, правила вилучення диз'юнкції вимагають уточнення побудованої схеми



обробки: раніше кожному контрольному шляху програми однозначно відповідала одна елементарна імплікація. Тепер з кожним контрольним шляхом програми буде асоціюватися ціла множина елементарних імплікацій.

Правило вилучення диз'юнкції з консеквента привносить в цю схему свої особливості: адже тепер множина всіх асоційованих з контрольним шляхом елементарних імплікацій розбивається на підмножини, кожна з яких пов'язана з якимось диз'юнктом консеквента. І для істинності початкової імплікації достатньо, щоб істинною була хоча б одна з елементарних імплікацій у кожній такій підмножині.

Для подальшого перетворення умов коректності приходиться залучати співвідношення, які специфічні для тої задачі з предметної області, яку реалізує анотована програма.

Розвиток системи передбачає реалізацію діалогового режиму роботи, який би дозволив доповнювати її новими співвідношеннями. Також передбачається розширення системи іншими предметними областями.

#### **Список використаних джерел**

1. Floyd R. W. *Assigning meanings to programs. Proceedings of a Symposium on Applied Mathematics. American Mathematical Society, vol.19 Mathematical Aspects of Computer Science, 1967. PP. 19–31.*
2. Лебедев В. Н. *Введение в системы программирования. М.: Статистика, 1975. 312 с.*
3. Фейс Р. *Модальная логика. М.: Наука, 1974. 520 с.*

**Бабич В. І.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ДАНИХ У СУЧАСНИХ СКБД**

Невід'ємна і найважливіша частина будь-якої системи, що застосовує бази даних – мовні засоби, які забезпечують можливість доступу та дій над даними, визначення їхніх структур, способів використання та інтерпретації. Стандартом такої мови для усіх реляційних систем керування базами даних (СКБД) стала мова SQL. Вона є універсальною мовою для створення, модифікації та керування даними у реляційних базах даних [1].

Кожний запит у мові SQL подається у вигляді спеціальної команди, яка може складатися з декількох речень. Зазвичай, усі команди SQL підрозділяють на п'ять груп:

1. Data Definition Language (DDL) – мова визначення даних, призначена для створення, модифікації та видалення таблиць і усієї бази даних.

2. Data Manipulation Language (DML) – мова маніпулювання даними, призначена для виконання основних операцій під час роботи з даними.

3. Data Control Language (DCL) – мова керування даними, призначена для забезпечення захисту бази даних і застосовується для здійснення адміністративних функцій.

4. Transaction Control Language (TCL) – спеціальні оператори, які застосовуються для керування транзакціями.

5. Cursor Control Language (CCL) – оператори CCL використовуються для визначення курсору, а також для деяких інших операторів.

Незважаючи на те, що мова SQL стандартизована і, як декларується, більшість сучасних СКБД підтримують стандарт SQL92, тим не менш реалії показують, що досягти у повній мірі переносу запитів на SQL з однієї системи на іншу доволі складно.

Проаналізуємо характерні особливості використання мови визначення даних SQL у середовищах СКБД Microsoft Access, Microsoft SQL Server, Oracle та MySQL/MariaDB.

**Іменування об'єктів у базі даних.** Відповідно до стандарту ANSI/ISO імена в SQL повинні містити від 1 до 18 символів, розпочинатися з букви і не містити прогалів або спеціальних символів пунктуації. У стандарті SQL2 максимальне число символів в імені збільшене до 128. Але на практиці підтримка імен у різних СКБД реалізована по різному. Допустима довжина імені таблиці істотно відрізняється: Access – 64 символи латиниці;

Microsoft SQL Server – 128; Oracle – 30; MySQL/MariaDB – 64. Для назв стовпців таблиці ситуація аналогічна. Тому не слід давати таблицям та стовпцям надто довгі імена. Вони повинні бути довжиною до 30 символів і не містити спеціальних символів.

**Визначення типу даних стовпця.** Тип даних є фундаментальним поняттям у програмуванні і у мові SQL зокрема. У стандарті SQL1 описано лише мінімальний набір типів даних, які можна використати для подання інформації в реляційній базі даних. Вони практично підтримуються в усіх комерційних СКБД. Стандарт SQL2 додав у цей перелік рядки змінної довжини, значення дати і часу та ін.

З переліком типів даних окремих СКБД можна ознайомитись у [2, 3]. Доступність вживання цих типів даних наведена у табл.1. Однак саме різний синтаксис щодо використовуваних типів даних істотно перешкоджає мобільності програм, в яких використовується SQL.

**Обмеження на значення стовпців.** Під час створення таблиці або модифікації її схеми є можливість задавати додаткові обмеження на ті значення, які можна вводити в окремі поля таблиці. Такі обмеження зазвичай описуються особливою конструкцією CHECK, яка дозволяє окреслити певні рамки, яким повинно відповідати значення стовпця. Таку конструкцію підтримують усі розглядувані СКБД, за винятком мови SQL у Access.

**Обмеження унікальності.** При створенні таблиці може виникнути ситуація, коли декілька атрибутів чи груп атрибутів претендують на унікальність. Для позначення унікальності атрибутів існує зарезервоване слово UNIQUE. Однак атрибути, позначені як UNIQUE, на відміну від PRIMARY KEY, можуть набувати значення NULL. Тому в разі необхідності треба вказати ознаку NOT NULL.

Таблиця 1

Підтримка базових типів даних СКБД

Тип даних	MS Access	MS SQL Server	Oracle	MySQL/MariaDB
BIT		+		+
BIT VARYING(n)				+
CHAR	+	+	+	+
VARCHAR(n)	+	+	+	+
NUMERIC(n,m)		+	+	+
NUMERIC	+	+	+	+
DECIMAL(n,m)		+	+	+
INTEGER	+	+	+	+
SMALLINT	+	+	+	+
FLOAT	+	+	+	+
REAL	+	+	+	+
DOUBLE PRECISION		+	+	+
MONEY	+	+		
DATE	+	+	+	+
TIMESTAMP	+	+	+	+
BLOB			+	+

**Значення за замовчуванням.** Якщо під час додавання рядка у таблицю для якогось стовпця не вказано значення, то в цьому разі воно визначиться за замовчуванням. Для визначення іншого значення використовується конструкція DEFAULT, яка не підтримується мовою SQL у Access.

**Цілісність посилань.** У визначенні цілісності посилань беруть участь два відношення – батьківське та дочірнє. У кожному з них можливі три операції – вставка, оновлення, видалення в результаті яких цілісність посилань може порушитися. З аналізу цих шести можливих варіантів видно, що в чотирьох із них в принципі може бути порушена цілісність, а

саме під час виконання операцій: оновлення та видалення кортежу у батьківському відношенні; вставка та оновлення кортежу в дочірньому відношенні.

Стратегії підтримки цілісності посилань визначають дії СКБД у разі, коли під час виконання однієї з чотирьох перерахованих операцій може статися порушення цілісності посилань. Вони включають такі дії: RESTRICT (обмежити) – не дозволяти виконання операції, що призводить до порушення цілісності посилань; CASCADE (каскадувати) – дозволити виконання операції, але внести при цьому необхідні поправки в інші відношення так, щоб не допустити порушення цілісності посилань і зберегти усі наявні зв'язки; SET NULL (встановити в NULL) – дозволити виконання необхідної операції, але усі некоректні значення зовнішніх ключів, що з'являються, змінювати на NULL-значення; SET DEFAULT (встановити за замовчуванням) – дозволити виконання необхідної операції, але усі некоректні значення зовнішніх ключів, що з'являються, змінювати на значення, яке прийняте за замовчуванням; IGNORE (ігнорувати) – виконувати операції, не звертаючи уваги на порушення цілісності посилань.

Залежно від СКБД ті чи інші конструкції підтримки цілісності посилань у мові SQL можуть відрізнятися, а окремі конструкції – не працювати.

Таким чином, аналіз застосування мови визначення даних SQL для створення основних об'єктів БД – таблиць показав, що стандартизація SQL в реальних умовах застосування комерційних СКБД є радше “міфом” або дуже не близькою перспективою. Домогтися мобільності скриптів по створенню об'єктів БД деколи дуже складно, а найчастіше і неможливо в повній мірі.

#### **Список використаних джерел**

1. Дейт Дж. Введение в системы баз данных. 8-е изд. М. : Вильямс, 2005. 1328 с.
2. Порівняння типів даних Access і SQL Server. URL: <https://support.microsoft.com/uk-ua/office/порівняння-типів-даних-access-і-sql-server-9188f41d-6c0e-4733-9d20-d08916f50bd2?ui=uk-ua&rs=uk-ua&ad=ua>.
3. Бази даних Oracle, MySQL, MariaDB, SQL Server, SQLite. URL: <https://oracleplus.ru/>.

**Хмілярчук Л. І.**  
старший викладач,  
**Сашко К. О.**  
студентка

Львівський торговельно-економічний університет

## **SEO-ОПТИМІЗАЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ САЙТУ**

Сьогодні разом із кількістю сайтів та користувачів зростають можливості Інтернету. Глобальна мережа в наш час – глобальний електронний ринок, де можна не тільки спілкуватися, але й здійснювати успішні бізнес-операції, проводити платежі. Інформація у всесвітній мережі дуже швидко поширюється і засвоюється, тому вона широко використовується для реклами компаній, організацій, товарів, послуг і т. ін. Правильне просування сайту здатне залучити на ресурс тисячі відвідувачів. Водночас неправильно може звести нанівець усі (навіть найцікавіші) товарні пропозиції. У сучасних умовах лідирує той інтернет-магазин, який працює швидше, виглядає зрозуміліше і, що дуже важливо, – викликає довіру відвідувачів.

Щоб користувач зайшов на потрібний веб-портал, використовується пошукове просування сайту – SEO-оптимізація. SEO (Search Engine Optimization – пошукова оптимізація) – дії, скеровані на поліпшення рейтингу сайту в пошукових системах за тематичними запитами користувачів і, як наслідок, збільшення цільового трафіку, що надходить із пошукових систем.

В Україні найпопулярнішою пошуковою системою є Google. Отже, розглянемо, що має значення для максимального швидкого просування в ТОП Google і залучення цільового

трафіку на веб-ресурс.

Основними етапами SEO-просування сайту є аналіз ринку та дій конкурентів, проведення аудиту сайту, створення правильної його структури, пошук, сортування та кластеризація семантичного ядра, пошук та виправлення технічних помилок на сайті, робота над внутрішньою та зовнішньою оптимізацією, робота над покращенням та вдосконаленням юзабіліті, покращення отриманих результатів.

Розглянемо пошукове просування сайту на прикладі інтернет-магазину “Автовибір”. “Автовибір” – це автомобільна компанія, яка спеціалізується на продажі запчастин до легкових автомобілів та мікроавтобусів марки Ford. Було проведено аналіз сайту інтернет-магазину “Автовибір”. Визначили, що сайт існує вже 6 років, вік домену становить 6 років 9 місяців. Адже вік домену – це важливий показник, який враховують пошукові системи при оптимізації. Далі перевірили кількість посилань на сайт (донорів), – на нього посилаються 3 донори, 1 % посилань закриті від індексації. Наступним кроком було визначення кількості сторінок у пошуковій системі, щоб розуміти, яка кількість проіндексована та визначається в пошуку (7 650 сторінок). Щоб досягти успіхів у популяризації цього сайту та збільшити кількість відвідувачів, ми вивчили ринок та проаналізували конкурентів у цій галузі.

Наступним завданням було виявлення проблемних питань в організації сайту [avtovubor.com.ua](http://avtovubor.com.ua). Найважливішими були: неправильно сформульовані назви категорій; не оптимізовані *title*, *description*, мета-теги; неправильно створена *sitemap* (карта сайту); не унікальний текст на деяких сторінках; відсутня внутрішня оптимізація.

Щоб вирішити ці проблеми спочатку треба підібрати запити, за якими далі підвищувати рейтинг сайту в пошуковій системі. Це найголовніший процес у подальшій роботі зі сайтом. Для цього потрібно створити семантичне ядро. На основі запитів у семантичному ядрі змінили внутрішню оптимізацію. Далі змінили повністю *title* та *description* сторінок (оскільки ці пункти суттєво впливають на оптимізацію). *Title* та *description* цього сайту були не оптимізовані для пошукової системи.

У розділі “налаштування мета-тегів” змінили мета-теги та деякі назви категорій та підкатегорій, які не стосувалися запитів. Карту сайту було налаштовано неправильно, тому через сервіс [xml-sitemaps.com](http://xml-sitemaps.com) згенерували правильну карту. Після проведення оптимізації сайту інтернет-магазину “Автовибір” його трафік збільшився майже втричі.

Отже, завданням пошукової робота Google є знаходити нові ресурси, систематизувати зібрані дані та моніторити зміни в існуючих сайтах із метою формування рейтингу PageRank для сторінок. Водночас Google перевіряє вік домену, авторитетність сторінок, кількість вхідних і вихідних посилань, релевантність контенту пошуковим запитам користувачів, якість і унікальність текстів, наявність технічних помилок на сторінці (в кодї й верстці), швидкість завантаження сторінок сайту, наявність мобільної версії та ін. Тільки комплексне вирішення всіх цих питань може вплинути на швидкість просування та переміщення сайту в ТОП Google.

Мабуть, найважливішою особливістю SEO є мінливість правил. Існує безліч важливих критеріїв для просування інтернет-магазинів. На даний час для потрапляння в ТОП Google важливими є такі, як зростання мобільного трафіку, локальне просування, поведінкові чинники, нарощування маси посилань, голосові запити тощо.

Розкрутка і просування сайту (враховуючи SEO-оптимізацію) – це головна складова успішного розвитку бізнесу загалом. Зміцнення позицій сайту у рейтингу, зростання відвідуваності, кількості угод, залучення й утримання нових клієнтів – усі ці та багато інших цілей досягаються за допомогою грамотного просування. Зрозуміло, що канали просування і методи розкрутки підбираються індивідуально для кожного замовника, виходячи з обраної ніші, рівня конкуренції у ній, бюджету та інших важливих чинників.

Отже, щоб стати лідером, веб-ресурсові необхідно вдаватися до різних технологій просування сайту, з яких найпопулярнішим, відомим і ефективним є SEO-оптимізація.

SEO-оптимізація є однією з технологій інтернет-маркетингу. Статистика показує, що в сучасному інтернет-просторі неефективно застосовувати тільки пошукову оптимізацію.

Оскільки вимоги і критерії оцінки веб-ресурсів постійно модернізуються й ускладнюються як пошуковими системами, так і користувачами, необхідно використовувати комплексні заходи з просування сайту, а саме сукупність SEO, SMM (просування в соціальних мережах) і SMO (оптимізація сайту під соціальні сервіси). Більш того, сьогодні пошукова оптимізація переживає кількісну кризу, причиною якої є висока конкуренція в галузі інтернет-просування. Вийти з цієї кризи, на думку експертів, можливо при комплексному підході до просування сайту.

Іншим інструментом просування, який з'явився в результаті об'єднання SEO та PR (зв'язки з громадськістю), є SERM – управління репутацією в пошукових системах, а саме збільшення кількості позитивної інформації про організацію. Даний інструмент спрямований на підтримку репутації організації і сприяє не тільки її просуванню в мережі Інтернет, а й успішній діяльності загалом.

Отже, що SEO-оптимізація – це ефективна технологія просування сайту в Інтернеті, необхідна не тільки для підвищення позицій за результатами запитів в пошукових системах, але й для формування позитивного іміджу веб-ресурсу (а також організації, яку він представляє в Інтернеті). Веб-ресурси, які мають добру репутацію, є респектабельними і кращими порівняно з іншими сайтами. Проте в сучасних умовах розвитку Глобальної мережі і ринку інтернет-просування для досягнення найбільшої ефективності SEO-оптимізацію необхідно застосовувати в сукупності з іншими інструментами інтернет-маркетингу. Комплексний підхід до просування гарантує досягнення очікуваних результатів та підтримання стабільних позицій у майбутньому.

#### **Список використаних джерел**

1. Басюк Т. М. *Принципи побудови системи аналізу та просування інтернет-ресурсів. Комп'ютерні науки та інформаційні технології. Львів : Нац. ун-т "Львівська політехніка". 2012. № 784. С. 43–48.*
2. Кент П. *Поисковая оптимизация для чайников. 4-е изд. М.: Вильямс, 2011. 432 с.*
3. *SEO. Искусство раскрутки сайтов / Э. Энж, С. Спенсер, Р. Фишкин и др. СПб. : БХВ-Петербург, 2014. 668 с.*

Василечко В. О.

к.х.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ЗАКАРПАТСЬКОГО ЦЕОЛІТУ У ВСТАНОВЛЕННІ АВТЕНТИЧНОСТІ МАРОЧНИХ ВИН

Встановлення автентичності вин є актуальним і водночас достатньо складним завданням. Ці алкогольні напої містять широкий спектр органічних та неорганічних речовин склад та концентрація яких можуть змінюватись під впливом різних чинників. Серед органічних компонентів, що можуть слугувати критеріями ідентичності та автентичності вин є вміст органічних кислот, фенольних сполук, цукрів. Проте критерії на основі органічних речовин є відносно простими для фальсифікації. Значно надійнішими є критерії, які ґрунтуються на мікроелементному складі вин [1]. Вміст мікроелементів у винах відображає особливості складу ґрунту місцевості, де вирощується виноград. В ряді країн для виробництва високоякісних марочних вин використовують виноград, який вирощений на вулканічних схилах. Такі вина містять широкий асортимент рідкісноземельних елементів (РЗЕ). Вміст РЗЕ у винах, освітлених з допомогою бентонітів, запропоновано використовувати як “відбитки пальців” під час встановлення автентичності марочних угорських вин [2]. РЗЕ володіють дуже подібними хімічними властивостями, тому хімічні методи аналізу цих елементів мають обмежене застосування. Найбільш вживаними методами для визначення РЗЕ є мас-спектрометрія з індуктивно зв’язаною плазмою, оптична емісійна спектрометрія з індуктивно зв’язаною плазмою, рентген-флуоресцентна спектрометрія та нейтронно-активаційний аналіз. Проте, навіть такі найсучасніші методи під час аналізу різноманітних об’єктів на вміст РЗЕ часто потребують попередньої підготовки зразків. Вина містять слідові (нанограмові і пікограмові) кількості РЗЕ [2]. Тому під час аналізу вин в більшості випадків необхідна попередня підготовка зразків, яка зокрема охоплює концентрування, розділення та вилучення РЗЕ. Для цього в світовій практиці широко використовується метод твердофазової екстракції із використанням різноманітних сорбентів.

Природні цеоліти є ефективними сорбентами багатьох важких металів. Встановлено [3], що закарпатський цеоліт сорбує слідові кількості РЗЕ. На основі зразків цього природного цеоліту та його модифікованих форм розроблені методики концентрування слідових кількостей церію, празеодиму, неодиму, самарію, європію, гадолінію, тербію, диспрозію, ітербію, лютецію, ітрію та скандію в режимі твердофазової екстракції. Встановлено, що концентрування РЗЕ можна здійснювати із водно-спиртових розчинів в яких концентрація  $C_2H_5OH$  може сягати до 25 %.

У відповідно підібраних умовах на закарпатському клиноптилоліті можна вибірково сорбувати окремі РЗЕ. На основі цеолітних композицій запропоновані селективні методи сорбційно-люмінесцентного визначення нанограмових кількостей тербію та європію [4, 5]. Задовільні метрологічні характеристики розроблених методик концентрування та визначення РЗЕ на основі закарпатського клиноптилоліту дають підставу пропонувати цей поширений природний сорбент для процедури встановлення автентичності марочних вин за вмістом РЗЕ.

### Список використаних джерел

1. Богза С. Л., Теплякова Г. В. Визначення перспективного набору критеріїв аутентичності національних вин. Вісник аграрної науки Причорномор’я. 2013. Т. 1, Вип. 4. С. 158–164.
2. Tatár, E. Mihucz, V. G. Varag, I. et al. (2007) “Effect of four bentonite samples on the rare earth element concentrations of selected Hungarian wine samples”, *Microchem. J.*, Vol. 85, pp. 132–135.
3. Vasylechko, V. O. Gryshchouk, G. V. Korpalo, Ch. B. Kalychak, Ya. M. (2014) “Preconcentration and determination of rare earths and trace elements using Transcarpathian clinoptilolite”. XIV Polish-Ukrainian Symposium on Theoretical and Experimental Studies of Interfacial Phenomena and Their Technological Applications, Zakopane – Lublin, Poland, September 9–13, 2014, P. 140.
4. Vasylechko, V. O. Gryshchouk, G. V. Zakordonskiy, V. P. et al. (2017) “Sorption-luminescence method for determination of terbium using Transcarpathian clinoptilolite”, *Talanta*, Vol. 174, pp. 486–492.
5. Vasylechko, V. O. Gryshchouk, G. V. Kalychak, Ya. M. et al. (2019) “Sorption-luminescence method for determination of europium using acid-modified clinoptilolite”, *Applied Nanoscience*, Vol. 9, pp. 1145–1153.

## **ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ОХОРОНИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТОРГІВЕЛЬНОЇ СФЕРИ**

Особливістю сучасних процесів суспільної праці у виробничих і соціальних сферах є перехід до інтегрованих систем менеджменту підприємств, в яких охорона і безпека праці є невід'ємною складовою. Окрім того, незаперечним є факт, що людська діяльність, яка скеровується на реалізацію необхідних і різнобічних потреб, повинна здійснюватися в безпечних для життя умовах. Підвищення ефективності діючої системи управління охорони праці є одним із шляхів зниження виробничого травматизму та професійних захворювань, зменшення факторів шкідливого впливу на організм працівників та зменшення кількості робочих місць зі шкідливими та важкими умовами праці. Проблеми охорони праці та техніки безпеки на торговельних об'єктах, окрім законодавчих документів загального характеру регулюються ще й галузевими нормативними документами [1]. Постановою КМУ від 15.06.2006 № 833 "Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів" встановлено, що суб'єкт господарювання має належно утримувати торговельні та складські приміщення, а також прилеглу до них територію. При цьому торговельний об'єкт повинен бути обладнаним відповідно до вимог нормативно-правових актів з питань охорони праці, здоров'я та навколишнього природного середовища, протипожежної безпеки, а також санітарних норм [1]. Правила і норми охорони праці повинні розроблятися та виконуватися на етапі проектування та будівництва виробничих споруд. Важливе значення для здорових та безпечних умов праці мають раціональне розміщення основного і допоміжного устаткування, правильна організація робочих місць. Конструкція робочого місця, його розміри й взаємне розміщення його елементів повинні відповідати антропометричним, фізіологічним характеристикам людини (що зумовлюють раціональну робочу позу, зменшення статичних навантажень, оптимізацію робочої зони та інформаційних потоків), а також характеру роботи. Організація робочих місць повинна забезпечувати вільність рухів працівників, безпеку виконання трудових операцій.

Безпека виробничих процесів значною мірою залежить від рівня організації та планування цехів, ділянок, від облаштованості та організації робочих місць. Вона забезпечується комплексом проектних та організаційних рішень, який містить: відповідний вибір технологічних процесів, робочих операцій, виробничого обладнання, порядок його обслуговування й умови його розміщення, засоби зберігання і транспортування матеріалів, заготовок, напівфабрикатів, готової продукції та відходів виробництва, засобів захисту працівників. Виробничі процеси мають бути пожежо- і вибуховобезпечними, а також не повинні забруднювати навколишнє середовище шкідливими виробами. Важливу роль відіграє сьогодні і стан обладнання та засобів праці, що використовуються в процесі праці. Безпека виробничого обладнання (за винятком обладнання, що є джерелом іонізуючих випромінювань) регламентується "Вимогами безпеки та захисту здоров'я під час використання виробничого обладнання працівниками", затвердженими Наказом Міністерства соціальної політики України 28.12.2017, № 2072.

Безперечно, кожне підприємство самостійно визначає та документально оформлює політику управління у сфері охорони праці. Однак, стан промислової безпеки та охорони праці на підприємстві повинен відповідати міжнародному стандарту ISO 9001, що періодично підтверджується висновками зовнішнього аудиту відповідності до вимог BSCI. В межах цього аудиту аналізується мінімізація ризиків та потенційної небезпеки на робочих місцях; температурний режим на робочих місцях як на виробництві, так і в офісах; ефективність системи вентиляції та кондиціонування робочої зони та її освітлення (природне та штучне); оцінка умов

праці на робочих місцях, рівень їхньої шкідливості та небезпечності; рівень санітарних та побутових умов; засоби захисту; гігієна праці та промислова безпека; пожежна безпека; травмонебезпечний ризик на робочих місцях; система інформування та навчання працівників безпечним прийомом праці, правилам надання долікарської допомоги, інших профілактичних заходів щодо запобігання травмування працівників на роботі тощо [2].

Отже, з огляду на специфіку діяльності торговельного підприємства та вимоги чинного законодавства, роботодавець розробляє та затверджує відповідні нормативні акти, що регламентують питання охорони праці на підприємстві. Поставлені завдання повинні відповідати політиці в галузі охорони праці, включаючи необхідність послідовного поліпшення умов і безпеки праці. При розробленні завдань потрібно розглянути та врахувати державні нормативні вимоги в галузі охорони праці; ризики, пов'язані з виробництвом; технологічні операції; виробничі, функціональні, фінансові та інші господарські вимоги. Безперечно, працівники мають дотримуватися вимог щодо охорони праці на своїх робочих місцях. Для дотримання працівниками вимог з питань охорони праці при виконанні ними робіт певного виду або за певною професією на робочих місцях, на території підприємства або в інших місцях, де за дорученням роботодавця виконуються ці роботи, трудові обов'язки, розробляються та затверджуються відповідні інструкції з охорони праці. Працівників при прийнятті на роботу інформують про умови праці, про наявність на робочих місцях небезпечних і шкідливих виробничих факторів та про права на пільги і компенсації за роботу в таких умовах відповідно до колективного договору. Після цього працівники згідно з визначеним переліком посад і професій, проходять вступний, первинний інструктаж з питань охорони праці та стажування на робочому місці.

#### **Список використаних джерел**

1. *Правила охорони праці для об'єктів роздрібної торгівлі: ДНАОП від 08.05.1996 № 79. Державний комітет України з нагляду за охороною праці 1996. № 79.*
2. *Бужанська М., Скоробогатий Я. Міжнародні вимоги до функціонування системи управління охороною праці та ризиками на торговельних підприємствах. Вісник Львівської комерційної академії. Львів: Видавництво ЛКА, 2015. Вип. 15. 126 с. С. 65–70.*

**Заверуха О. М.**  
к.х.н., доцент,  
**Хінальська Т. Р.**  
старший викладач,  
**Скоробогатий Я. П.**  
к.х.н., професор

Львівський торговельно-економічний університет

## **ПРО ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ФЕНОЛФОРМАЛЬДЕГІДНИХ СМОЛ У ВИРОБНИЦТВІ ЛАМІНОВАНИХ ДЕРЕВОСТРУЖКОВИХ МАТЕРІАЛІВ**

Якісний склад повітря на сьогодні в українських як житлових, так і виробничих приміщеннях є досить невтішним. Значна частина матеріалів на основі деревини (МДФ, фанера, ДСП, ламінат) сильно насичують повітря як фенолом, так і формальдегідом. Це в першу чергу корпусні меблі, будівельні матеріали, елементи нагрівальної та освітлювальної техніки і т. п. Дослідники відмічають, що у нашому помешканні може нараховуватися кілька десятків чи сотень видів різних, токсичних хімічних сполук. В цей перелік [1, 2] входить така речовина синтетичного походження як співполімер фенолу і формальдегіду відома під назвою фенолформальдегідна смола. Вона є складовим компонентом будівельних і електротехнічних матеріалів. Такі матеріали здатні випаровувати в навколишнє середовище надлишкові (незаполімеризовані) кількості мономерів фенолу і формальдегіду із вихідних речовин лаків та фарб, меблевого клею, зв'язувальної речовини, що була використана при виробництві деревостружкових плит (ДСП), продуктів деструкції полімерних матеріалів і т.



д. Дослідженнями встановлено, що практично всі полімерні будівельні та оздоблювальні матеріали, які створені на основі високомолекулярних сполук, в процесі використання і експлуатації виділяють токсичні леткі компоненти, які при тривалій дії можуть несприятливо впливати на здоров'я людини – ДСП може виділяти формальдегід і фенол в повітря більше 5-6 років. Тому вважається, що меблі та інші вироби із ДСП є екологічно шкідливими. Водночас фенол і формальдегід відносять до канцерогенних речовин, що викликають онкозахворювання. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) декларативно визнала деревостружкову плиту (ДСП) канцерогенним матеріалом.

Частина провідних європейських фірм вже відмовилася від використання ДСП при виробництві меблів. В Німеччині встановлено заборону на використання меблевих деревостружкових матеріалів, рівень міграції формальдегіду яких в повітря перевищує  $0,124 \text{ мг/м}^3$  (1 ppm). Цей показник прийнято і країнах-членах Всесвітньої торгової організації (ВТО). Єдиним способом убезпечити себе від небажаних ризиків є проведення якісного дослідження повітря в приміщенні.

До методів контролю стану повітря у приміщеннях, які використовуються в Україні сьогодні є суттєві застереження. Розрекламовані електронні газові детектори, які використовують для визначення якості повітря в приміщенні часто спрацьовують на присутність в повітрі сторонньої речовини і не є селективними на фенол і формальдегід. Не досить кращим варіантом є також індикаторні трубки російського виробництва "Імпульс" чи європейські "Drager" (Німеччина) для експрес-аналізу на вміст формальдегіду і фенолу.

Суттєвим недоліком індикаторних трубок є те, що вони реагують не лише на формальдегід, а й на інші речовини – гомологи формальдегіду альдегіди. Тому при позитивному результаті тесту трубки не можна стверджувати про перевищення вмісту тільки формальдегіду, а про перевищення сумарного вмісту альдегідів. Виробники застерігають, що трубки володіють перехресною чутливістю до стиrolу, вінілацетату, ацетальдегіду, акролеїну. І ще один суттєвий недолік трубок – стандартне відхилення у визначеннях становить  $\pm 20-30 \%$ . По при відмічені недоліки важливою перевагою індикаторних трубок є їх простота у використанні і експрес-аналіз.

Хіміками-аналітиками пропонується [3] ряд методик для кількісного визначення формальдегіду як в синтетичних фенолформальдегідних смолах чи в матеріалах деревообробної промисловості, так і в повітрі житлових чи виробничих приміщень.

На основі проведених досліджень нами були зроблені висновки про можливість застосування наведених методик в практиці аналізу досліджуваних зразків ДСП для визначення вмісту в них залишкових кількостей формальдегіду і його міграції в навколишній повітряний простір в динаміці модельної експлуатації. Були апробовані і частково модифіковані запропоновані різні методики для кількісних визначень формальдегіду в деревостружкових матеріалах. Зразки для аналізів плит деревостружкових ламінованих виробництва кількох вітчизняних виробників відбирали в системі будівельних маркетів "Епіцентр" і гуртівень будматеріалів м. Львова. Досліджувані зразки зберігали в герметичній тарі. Було встановлено, що в більшості вихідних відібраних зразків для аналізу вміст формальдегіду практично не перевищував нормативні дані, за винятком окремих зразків. Нами проведена спроба дослідити динаміку протікання емісії формальдегіду на протязі модельного терміну експлуатації зразків плит з часом за різних температур.

Встановлено, що всі ці вироби проявляють негативний екологічний вплив на навколишнє повітряне середовище за рахунок випарів отруйної речовини 2 класу небезпечності формальдегіду. Емісія цієї речовини протікає повільно і за 60 діб за кімнатної температури втрати не перевищують 15 %. Підвищення температури сприяє виділенню формальдегіду. Однак, зразки продовжують ще тривалий час "фонити". Це вказує на суттєвий недолік застосування плит ДСП для виробництва корпусних меблів. Особливими загрозами є виробничі приміщення складів виробників виробів і будівельних супермаркетів і меблевих гуртівень із великим скупченням цих виробів. Як рекомендації, можна пропонувати встановлення в таких приміщеннях засобів вентиляції повітря і зменшення товарних запасів.

### Список використаних джерел

1. Державні санітарні норми та правила "Полімерні та полімервмісні матеріали, вироби і конструкції, що застосовуються у будівництві та виробництві меблів. Гігієнічні вимоги". Наказ МОЗ України № 1139 від 29.12.2012 р.
2. Медико-биологические требования и санитарные нормы качества продовольственного сырья и пищевых продуктов. М.: Изд-во стандартов, 1990. 185 с.
3. Ломницька Я. Ф., Василечко В. О., Чихрій С. І. Склад та хімічний контроль об'єктів довкілля : навч. посібник. Львів : "Новий світ-2000", 2011. 589 с.

Пушак А. С.

к.ф.-м.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## РЕАЛІЗАЦІЯ АЛГОРИТМУ ШІМ З ДОПОМОГОЮ МІКРОКОНТРОЛЕРА PIC16F876A

Розвиток електроніки та мікропроцесорної техніки на сьогоднішній день дає можливість створювати мобільні автоматизовані прилади для різного функціонального застосування в тому числі в галузі харчових технологій, де необхідним є наявність різних приладів для приготування їжі та зберігання продуктів харчування. Розробка обладнання для різних галузей на базі програмованих мікроконтролерів робить їх економічними з огляду на споживання електричної енергії, а також здешевлює прилад в цілому завдяки низькій вартості інтегральних схем. Одними з найбільш поширених мікроконтролерів для керування периферійними пристроями є мікроконтролери PIC (Peripheral Interface Controller) фірми Microchip. В даній роботі розглядається алгоритм широтно-імпульсної модуляції (ШІМ) на базі мікроконтролера PIC16F876A, що може бути використано при розробці вузлів для керування споживання електроенергії периферійними пристроями такими як електродвигуни та нагрівні елементи.

Для реалізації алгоритму широтно-імпульсної модуляції використовується модуль CCP1 мікроконтролера. З технічної документації на мікроконтролер дізнаємося опис регістрів, які відповідають за роботу модуля в режимі ШІМ.

Нижче представлено код програми алгоритму ШІМ використовуючи мікроконтролер PIC16F876A. Даний код дозволяє генерувати імпульси частотою 1220 Гц зі скважністю, яка змінюється від 100 % до 0% за 1,46 с, причому швидкість зміни скважності можна програмно задавати в залежності від вимог та поставленої цілі.

```
// _____  
unsigned int i=0, j=0;  
void interrupt high_isr (void)  
{  
    if ( TMR2IE == TMR2IF )  
    { CCPR1L = j;  
      RB1 = ~RB1;  
      TMR2IF = 0;  
      i++;  
      j = 255-i;  
      if ( i == 255 )  
      {  
          i=0;    j=0;  
      }  
    }  
}  
// _____
```

```

void main (void)
{
    TRISC = 0b00000000;
    TRISB = 0b00000000;
    PORTB = 0;
    GIE = 1;
    PEIE = 1;
    TMR2IE = 1;
    PR2 = 255;
    CCP1L = 255;
    CCP1X = 1;
    CCP1Y = 1;
    T2CON = 0b00111111;
    CCP1M3 = 1;
    CCP1M2 = 1;
    while (1)
    {
        RB2 = ~ RB2;
        __delay_ms(20);
    }
}
//_____

```

**Юдічева О. П.**

к.т.н., доцент

Київський національний університет будівництва і архітектури

## **НЕРИБНІ ВОДНІ ОБ'ЄКТИ: ОБМЕЖЕННЯ ЩОДО ВМІСТУ БІОТОКСИНІВ В УКРАЇНІ**

Значну частку випадків важких харчових отруєнь у світі пов'язують із споживанням риби і нерибних водних об'єктів, що містять фікотоксини. Найбільш небезпечними є мідії, гребінці та двостулкові молюски, яких вважають природними біофільтрами. Вони здатні пропускати через себе велику кількість морської води і поглинають фітопланктон із розчинними у воді токсинами. Джерелом фікотоксинів є синьо-зелені водорості (мікроцистис, афанізоменон, анабена) [1]. Сполуки, що потрапляють до організму людини здатні викликати отруєння різного ступеня тяжкості навіть смертельні. Стосовно молюсків найбільш небезпечними з них є токсини таких груп:

- PSP (paralytic shellfish poisoning) – паралітичне отруєння молюсками;
- ASP (amnesic shellfish poisoning) – амнезичне отруєння молюсками;
- DSP (diarrhetic shellfish poisoning) – діаретичне отруєння молюсками [1].

Фахівці рекомендують завжди перевіряти місце вилову, умови зберігання морепродуктів; відповідально відноситись до технології їх приготування. Відповідно до Наказу Мінагрополітики України № 553 затверджено “Вимоги щодо ввезення (пересилання) на митну територію України харчових продуктів тваринного походження, кормів, сіна, соломи, а також побічних продуктів тваринного походження та продуктів їх оброблення, переробки” [2], якими регламентується вміст морських біотоксинів у живих двостулкових молюсках, голкошкірих, кишковопорожнинних та морських червоногих. Вміст токсинів вимірюють або у всьому тілі або у будь-якій окремій їстівній частині. Зокрема існують такі обмеження, не більше:

- для паралітичної отрути молюсків (PSP) – 800 мікрограмів на кілограм;

- для амнестичної отрути молюсків (ASP) – 20 міліграмів на кілограм;
- для оадаєвої кислоти, дінофізітоксинів і пектенотоксинів разом – 160 мікрограмів еквівалентів оадаєвої кислоти на кілограм;
- для есотоксинів – 3,75 міліграмів еквівалента есотоксину на кілограм;
- для азаспірасидів – 160 мікрограмів еквівалентів азаспірасиду на кілограм [2].

Також у Вимогах наголошується на тому, що зазначені морепродукти мають походити з території країни чи зони, які є вільними від герпесвірусу морського вушка, вірусів *Bonamia exitiosa*, *Bonamia ostreae*, *Marteilia refringens*, *Perkinsus marinus*, *Perkinsus olseni* та *Xenohalictis californiensis*.

Зазначені вимоги гармонізовано з Кодексом охорони здоров'я водних тварин, так званим Водним кодексом (Aquatic Animal Health Code (Aquatic Code)), метою якого є забезпечення стандартами для покращення стану водних тварин у всьому світі. Цей кодекс також включає в себе стандарти відгодовування риб у рибних господарствах, зокрема під час використання протимікробних засобів. Компетентні органи країн-імпортерів та експортерів повинні застосовувати санітарні заходи, прописані у Водному кодексі, для запобігання, раннього виявлення, звітності та контролю патогенних агентів у водних тварин (земноводних, ракоподібних, риб та молюсків) та для запобігання їх поширенню через міжнародну торгівлю водними тваринами та їх продуктами [3].

Відповідно до Вимог [2] нерибні водні об'єкти повинні містити ідентифікаційну позначку. Етикетка, прикріплена до упаковки із живими двостулковими молюсками, голкошкірими, кишковопорожнинними та морськими черевоногими, має містити таку інформацію:

- загальноприйнята та наукова назва виду;
- число та місяць пакування;
- мінімальний строк придатності, що може бути замінений написом “На момент реалізації ці тварини мають залишатись живими”.

Умови перевезення цих морепродуктів мають забезпечувати зберігання ознак їх життєдіяльності, запобігати їх забрудненню і зниженню якості. Їх рекомендують зберігати за температури, наближеної до температури танення льоду [2].

Отже, українські вимоги щодо регламентації вмісту шкідливих токсинів у нерибних водних об'єктах гармонізовано до світових вимог. І виконують свою основну функцію – забезпечення споживачів тільки високоякісними і безпечними морепродуктами.

#### **Список використаних джерел**

1. Слободкін В. І., Левицька В. М. Харчові отруєння фікотоксинами: етіологія, клініка, профілактика. Проблеми харчування. 2012. № 1-2. С. 36–49. URL: [http://medved.kiev.ua/web\\_journals/arhiv/nutrition/2012/1-2\\_12/str36.pdf](http://medved.kiev.ua/web_journals/arhiv/nutrition/2012/1-2_12/str36.pdf).
2. Вимоги щодо ввезення (пересилання) на митну територію України харчових продуктів тваринного походження, кормів, сіна, соломи, а також побічних продуктів тваринного походження та продуктів їх оброблення, переробки: Наказ Мінагрополітики України від 16.11.2018 № 553. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0347-19#n2>.
3. Aquatic Animal Health Code. URL: <https://www.oie.int/international-standard-setting/aquatic-code>.

## СЕКЦІЯ “ІНОЗЕМНІ МОВИ”

**Ковалик Н. В.**  
к.філол.н., доцент,  
**Тимочко Л. М.**  
старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

### ПРО КІЛЬКІСНІ МЕТОДИ У ЛІНГВІСТИЦІ

Завданням нашої розвідки є проблематика кількісної методології у рамках лінгвістичних досліджень, співвіднесеність кількісних методів з іншими галузями мовознавства, їх застосовність, успішність та обумовленість у дослідженні мови, мовних одиниць та явищ.

На математизацію мовознавства свого часу вказували ще Ф. де Сосюр та І. О. Бодуен де Куртене, однак фактом вона стала лише в 1950-х роках. Вихідною ж точкою появи у лінгвістиці кількісних методів у сучасному розумінні прийнято вважати початок ХХ ст. – період, який пов’язаний із появою структурної лінгвістики.

Слід згадати також про інших учених, які першими на рубежі ХІХ і ХХ ст. використовують математичні та, зокрема, кількісні методи для лінгвістичного опису. До них можна зарахувати Е. Форстеманна, В. Я. Буняковського, А. А. Маркова, Дж. Юла, А. Росса та інших. Серед пізніших робіт у цій сфері варто відзначити праці Дж. Ципфа про співвідношення між рангом і частотою слова, К. Шеннона і В. Вівера, котрі почали застосовувати поняття теорії інформації для лінгвістичного опису, Г. Хердана, який вивчав квантитативну лінгвістику, праці з математичної лінгвістики Р. Г. Піотровського та В. Фукса.

В Україні квантитативні дослідження лексикографії було розпочато в Інституті мовознавства ім. О. О. Потебні на поч. 60-х років ХХ ст. під керівництвом В. І. Перебийніс. У подальшому квантитативні дослідження лексики здійснювали такі учені: В. В. Левицький, О. С. Ахманова, О. Д. Огуй, І. О. Носенко, Н. Г. Єсипенко, Л. В. Бистрова, М. Е. Білинський, М. Д. Капатрук, А. А. Венгринович, С. М. Вишнякова, Б. І. Гінка, А. П. Загнітко, С. В. Кійко, Є. А. Карпіловська, Ж. В. Краснобаєва-Чорна та інші.

Усе ширше застосування кількісних і не кількісних математичних методів – одна з характерних рис, властивих сучасній лінгвістиці. Основні характеристики кількісних методів – “формалізм” і “масовість”. До основних позитивів кількісних методів належать: 1) порівняно об’єктивний характер процедури дослідження та можливість повторної перевірки отриманих результатів; 2) можливість вивчити більшу кількість об’єктів і узагальнити отримані дані на основі цілком надійних критеріїв; 3) виявлення стійких та об’єктивних характеристик об’єкта дослідження, котрі дозволяють порівняти отримані індивідуальні результати з узагальненими даними великих вибірок; 4) результати використання кількісних методів дають можливість побудувати математичну модель досліджуваного об’єкта.

Кількісні методи, котрі використовуються у лінгвістичних дослідженнях, мають доволі складну співвіднесеність з тими чи іншими галузями мовознавства.

Передусім, слід обумовити, що кількісні методи використовують у рамках лінгвістичних дисциплін, які відносяться до зовнішньої лінгвістики. Зовнішня лінгвістика відрізняється від внутрішньої тим, що в першій мову вивчають у зв’язках з іншими, немовними, об’єктами, а у другій вона досліджується як така. Аналізовані зовнішньолінгвістичні дисципліни вивчаються відносно кількісних немовних об’єктів, а останні вивчаються математикою і суміжними дисциплінами інших наук (хоча математика, безумовно, є первинною). Таким чином, у всіх можливих варіантах, пов’язаних з особливостями матеріалу і підходів до його вивчення, базовим напрямом лінгвістики, в

рамках якого використовують кількісні методи, є математична лінгвістика.

Математична лінгвістика – це математична дисципліна, предметом якої є розробка формального апарату для опису будови природних і деяких штучних мов. Методи математичної лінгвістики мають багато спільного з методами математичної логіки. Інколи термін “математична лінгвістика” використовується також для позначення будь-яких лінгвістичних досліджень, де застосовується математичний апарат.

Однак не всі методи математичної лінгвістики носять кількісний характер. На основі застосування “якісного” математичного апарату в теоретичному мовознавстві сформувався напрям, який умовно називається “комбінаторна лінгвістика”, в руслі котрого розроблялись, наприклад, теорії генеративних граматик Н. Хомського та теоретико-множинні моделі С. Маркуса. Комбінаторній лінгвістиці протиставляється лінгвістика квантитативна, орієнтована на використання “кількісного” математичного апарату. Виходячи з цього, доречно вважати, що квантитативна лінгвістика є частиною математичного мовознавства. Кількісні методи стосовно аналізованої сфери – це передусім математичні методи, що опираються на “кількісні” методи математики (математична статистика, теорія множин, теорія інформації, математичний аналіз), але які використовуються в мовознавстві і адаптовані для цієї науки.

Деякі з кількісних методів засновані на застосуванні математичної статистики і, отже, можуть бути названі статистичними чи ймовірно-статистичними. Як зазначає В. І. Перебийніс [1; 5], “сфера дії статистичних законів надзвичайно широка: всі досить складні системи підкоряються перш за все законам статистичним. А такими системами є і живі організми, і їх поведінка, і економіка, і результати діяльності великих колективів, і розвиток науки, і мова”. Ймовірно-статистичні методи відносяться до так званої статистичної лінгвістики. Статистична лінгвістика – дисципліна, яка вивчає кількісні закономірності природної мови, що проявляються в текстах. У цьому напрямку лінгвістичні об’єкти вивчаються за допомогою традиційних статистичних методів для дослідження корпусів текстів і системи мови, сприяючи виявленню загальних статистичних законів стосовно неї в її статичній та динамічній частині. Часто статистичну лінгвістику визначають як розділ комп’ютерної лінгвістики.

Статистичні методи знаходять найширше застосування в мовознавстві. У лексикографії статистику застосовують для складання частотних словників. Статистичні методи безпосередньо пов’язані зі складанням методик навчання іноземних мов, оптимізацією навчання, визначенням параметрів базової мови та здійсненням статистичної оптимізації викладання мов. Крім того, вони відіграють важливу роль у прикладній лінгвістиці (автоматична обробка природної мови і мовлення, створення систем машинного перекладу, електронних словників тощо), психолінгвістиці, соціолінгвістиці, порівняльно-історичному мовознавстві, прагмалінгвістиці. За допомогою статистичної лінгвістики вирішується досить широкий спектр інших завдань: встановлюється семантична близькість слів і структура семантичних полів, визначається стиль письменника й авторство літературного твору, визначається хронологія мовних явищ тощо.

Поряд із ймовірно-статистичними методами математичної лінгвістики застосовуються методи і прийоми математичної теорії множин (моделювання множин, визначення множин, взаємне накладення множин з метою їх порівняння та ін.). Ці методи широко використовують у вивченні семантичних і формальних класів мовних одиниць.

Кількісна методологія лінгвістики – це проблема, відкрита для дискусії. Все ж кількісні методи, якими послуговуються у лінгвістичних дослідженнях для підрахунку і вимірювання мовних реалізацій, дозволяють значно розширити і модифікувати наукову картину всієї мовної системи і можливостей її функціонування. Іншими словами, квантитативна лінгвістика має суттєвий вплив на лінгвістичну теорію в цілому.

#### **Список використаних джерел**

1. Перебийніс В. І. Статистичні методи для лінгвістів. Вид. 2, випр. і допов. Вінниця : Нова Книга, 2013. 176 с.

Демчук Н. М.  
к.філол.н., доцент,  
Зайшла Н. О.  
старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## ТЕРМІНОЛОГІЧНІ СЛОВОСПОЛУЧЕННЯ МАРКЕТИНГУ ТА ЇХ КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ У ФРАНЦУЗЬКІЙ МОВІ

Прагматичні компоненти супроводжують семантичні на всіх етапах формування семантичного потенціалу мовного знаку, оскільки саме прагматичні компоненти в семантичній структурі слова є тією ланкою, яка поєднує семантику слова з його прагматикою.

При визначенні генези термінологічних словосполучень (ТСС) дослідники (Є. С. Азнаурова, М. В. Нікітін, В. І. Заботкіна) керуються різними критеріями. Термін не лише іменує поняття, а й певною мірою відображає його зміст. Потреба детальніше відобразити ознаки поняття і зумовлює утворення терміносполучень.

Прагматичні поняття, якщо вони навіть не мають своїх відповідників у семантичних структурах окремих слів мовної системи, можуть виражатись за допомогою прагматично нейтральних слів за певних комунікативних умов.

Від ступеня складності структури терміна залежить кількість його складових елементів: що їх більше, то детальнішим є значення терміна, вища відповідність вимозі до його однозначності. Саме ці критерії активізують утворення ТСС у мові науки і техніки. При цьому відбуваються два діаметрально протилежних процеси: звуження значення терміна і розширення його зовнішньої форми, що є необхідною умовою конкретизації самого поняття, як це видно на прикладі терміну *information* (f):

*information* (f) “інформація”

+-----+

*informations primaires* “первинна інформація”

+-----+

+-----+

*informations primaires souhaitées* “необхідна первинна інформація”

+-----+

+-----+

+-----+

*recueil d'informations primaires souhaitées* “збір потрібної первинної інформації”

+-----+

+-----+

+-----+

+-----+

*entreprendre le recueil d'informations primaires souhaitées* “здійснювати збір необхідної первинної інформації”

+-----+

+-----+

+-----+

+-----+

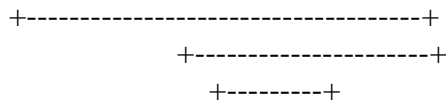
+-----+

*méthodes du recueil d'informations primaires souhaitées sur le marché* “методи збору необхідної первинної інформації на ринку”

+-----+

+-----+

+-----+



Дане ТСС уточнюється шляхом доповнення його початкових компонентів, тобто, загальне поняття “інформація” поступово перетворюється у доволі індивідуальне, конкретизоване, однак, залишається доволі цілісним. При цьому зміст ТСС не є лише сумою значень компонентів: якщо розділити компоненти ТСС на бінарні, то кожне сполучення матиме зв’язок не лише з наступним, а й із попереднім компонентом.

Результати дослідження засвідчують, що вираження науково-технічних понять за допомогою ТСС є продуктивним способом номінації у маркетингу. Завдяки легкості утворення та експліцитному характеру ономаціологічної структури вони стають універсальним засобом номінації. На збільшення кількості складених термінів значною мірою впливають зовнішні чинники, зокрема випередження розвитку системи понять порівняно з появою термінів.

На нашу думку, складені терміни дають змогу адекватно передавати й детальніше відображати диференційні ознаки, розкривати взаємозв’язок понять.

ТСС мають різний ступінь змістової подільності, при цьому лінгвісти констатують їх більшу стійкість, порівняно зі словосполученнями загальної мови. Структура ТСС залежить від його компонентів, що входять до певних граматичних класів слів, а також від синтаксичної позиції та типу їхнього зв’язку зі словом-ядром: *à livrer tout de suite* “доправити негайно”, *faire livrer qqch* “доправити щось”; *bon de livraison* “чек відправки”.

Загалом словосполучення формується у процесі розгортання речення, коли для опису ситуації залучають слова, наділені певними семантичними властивостями. Відтак, ТСС притаманний чіткий взаємозв’язок виражених понять та їхніх ознак, а також лімітованість застосування, яку зумовлено обмеженістю сфери функціонування моделей ТСС. При цьому цілісність номінації, стабільний функціональний характер елементів, відтворюваність, а також можливість переосмислення окремих компонентів зближує ТСС із фразеологічними одиницями.

#### **Список використаних джерел**

1. Журавлёва Т. А. Особенности терминологической номинации. Донецк: Донбасс, 1988. 253 с.

**Дубравська Д. М.**

к.псих.н., доцент,

**Березюк О. А.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ІСТОРИЧНІ, СТИЛІСТИЧНІ, ОНОМАСІОЛОГІЧНІ ТА КОГНІТИВНІ ФАКТОРИ В КВАНТИТАТИВНІЙ ДОСЛІДНИЦЬКІЙ ПАРАДИГМІ**

Сьогоднішня мовна картина світу відображає нові глибинні тенденції: сучасний розвиток науково-технічного прогресу зумовлює як кількісні, так і якісні зміни лінгвістичного фонду, що забезпечує комунікативну діяльність носіїв мови. Потреба в новому найменуванні сучасних реалій зумовлює пошук засобів вираження необхідного поняття через лексичну систему. Потенційна неповнота, відкритість лексичної системи пов’язана з безкінечністю процесу людського пізнання і робить принципово можливою появу в мові нових лексичних одиниць. Це вимагає поглиблення інтересу як від мовців-практиків, так і вчених до проблеми виникнення, будови й функціонування нових лексичних одиниць.

Одним із найбільш продуктивних способів розширення словникового складу



вважають утворення нових слів на ґрунті наявних у мові засобів, тобто збагаченню словника мови слугують словотвірні процеси, які відбуваються за відповідними структурними правилами при застосуванні вже існуючих лексичних одиниць певної мови.

Починаючи з середини ХХ ст. словотвір трактують як самостійну дисципліну. Вивченню його проблем присвячено з-поміж інших роботи Н. Д. Арутюнової, В. В. Виноградова, Г. О. Винокура, В. О. Горпинича, В. Дресслера, С. М. Єнікєєвої, Ю. А. Зацного, О. А. Земської, О. С. Кубрякової, І. О. Мельчука, В. Мотша, М. М. Полюжина, Л. В. Сахарного, С. Скалізе, А. І. Смирницького, Е. Уільямса, І. С. Улуханова, Н. Хомського, М. М. Шанського, Л. В. Щерби, М. Н. Янценецької.

Значну увагу в роботах цих учених приділено одному з найбільш продуктивних словотвірних способів – словоскладанню. Чимало праць присвячено класифікації складних одиниць та їх семантичним моделям, функціонуванню з'єднувального елемента у складних словах, прагматичним та синтагматичним відношенням всередині складних конструкцій, діахронічному розвитку композитів, їх вживанню в окремих функціональних стилях й у говірках, а також проблемам перекладу англійських детермінативних композитів.

Попри те, до цього часу залишаються нез'ясованими чимало питань щодо особливостей вживання складних іменників у різних функціональних стилях і частоти та продуктивності різних структурних моделей складних іменників, особливостей сполучуваності та семантичної сумісності (конгруентності) їх компонентів. Таким чином, актуальність визначається спрямованістю дослідження на розкриття природи складних слів у межах структурно-семантичного підходу, а також зумовлена необхідністю виявлення найбільш характерної значущості складних іменників для різних мовних жанрів.

Безперервний процес творення нових слів у мові – це складний лінгвокогнітивний процес, який відбувається під впливом мовних та позамовних факторів, йде у руслі вже існуючих прототипів, що використовуються по аналогії у відповідності до структурних моделей.

Словниковий склад англійської мови збагачується не лише за рахунок запозичень різного роду, але й за рахунок “внутрішніх ресурсів” мовної системи – словотворчих процесів і переосмислення вже існуючих значень (вторинної номінації). Щоб зберігатися у стані комунікативної придатності, мова повинна постійно перебудовуватися й розвиватися, не гублячи при цьому своєрідності системи. Не кожне нове слово, створене яким-небудь мовцем, закріплюється в мові. Спочатку це слово – okazіоналізм, значення якого жорстко пов'язане з даним контекстом і не сприймається за його межами. Пізніше, при наявності цілого комплексу передумов до цього, слово може поступово закріпитися в мові (лексикалізуватися); на цій стадії воно вже – неологізм, що може або остаточно ввійти в лексичну систему, або припинити своє існування.

**Актуальність** дослідження зумовлена тим, що воно відповідає провідним тенденціям сучасної лінгвістики, де пріоритетним є квантитативно-функціональний підхід до аналізу мовних фактів, що передбачає визначення питомої ваги окремих способів словотворення, потреб суспільства, функцій мови у поповненні лексичного складу сучасної англійської мови, виявленні ролі фактору частотності під час відбору лексичних одиниць до сучасних словників.

**Актуальність** нашого дослідження зумовлюється потребою здійснення системного аналізу словотворення англійської мови у другій половині ХХ – першому десятилітті ХХІ столітті як феномену з урахуванням його функцій та динаміки розвитку.

У своїй основі словотвір як окрема галузь мовознавчої науки розвивався як формантоцентричний, де було звернено увагу на визначальну роль словотворчого форманта у класифікації, систематизації й науково-лінгвістичній інтерпретації дериватів, їх структури, семантики, функціонування.

Квантитативна парадигма поєднує історичні, стилістично-жанрові, ономазіологічні та когнітивні фактори.

Дослідження цих явищ має велике значення для цілого ряду наук. В лексикології воно сприяло би встановленню системних зв'язків лексичних одиниць в словнику, частотності їх

вживання. В історії мови доповнило б уявлення про роль функціональних та семантичних змін слів у загальному процесі формування англійської лексичної системи.

Основна ідея дослідження полягає в комплексному системно-функційному підході до вивчення англійських лексичних одиниць – дериватів та зміни їх статусу, що базується як на основі аналізу словників, так і на основі даних корпусної лінгвістики і комп'ютеризованого пошуку необхідних мовних одиниць (елементів) в різних мовних корпусах. Дослідження семантичного співвідношення твірних і похідних дасть змогу повніше розкрити понятійний зміст словотвірної парадигми та забезпечити окреслення її ймовірних меж.

**Наукова новизна** полягає у встановленні фактів і визначенні чинників і функцій мови, що викликають актуалізацію певних словотвірних процесів і моделей в сучасній англійській мові, що знаходить відображення у кількісних параметрах функціонування лексичних одиниць сучасної англійської мови в різних жанрах та регістрах. Кількісні підрахунки, які надає BNC, методи дослідження, що використовуються у сучасній корпусній лінгвістиці, надають можливість простежити квантитативні параметри вживання мовних одиниць, прослідкувати зміни їхнього рейтингу, статусу у мові, що відображається у словникових статтях.

#### *Список використаних джерел*

1. *Dosya Dubravskа. COMPOSITES IN MODERN ENGLISH (BASED ON THE BRITISH NATIONAL CORPUS (BNC)). URL: // <https://www.academia.edu/39321421/>.*

2. *Dosya Dubravskа. The "Functional Shift" as a Significant Feature of Modern English. URL: //<https://www.academia.edu/39321533>.*

**Лисак В. М.**

к.пед.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

## **СПІЛКУВАННЯ У ГАЛИЦЬКІЙ РОДИНІ: РІЗНОВИДИ, СПЕЦИФІКА РЕГУЛЯЦІЇ СТОСУНКІВ**

Сучасний стан глобалізаційних процесів висуває нові якісні вимоги до інституту родини та проблем виховання дітей засобами спілкування. Багатофункціональний процес виховання сьогодні реалізується на різних рівнях соціальних інститутів, сформованих груп, в міжособистісному та самовиховному аспектах. Проте родина була є і залишається тим незмінним осередком, де закладені високі моральні цінності і успішно досягаються передбаченні цілі виховників. Дослідженням лінгводидактичних проблем родинного спілкування займалися Т. Алексєєнко, О. Вишневський, Б. Ступарик, М. Стельмахович, М. Чепіль. Родинне спілкування як аспект національного виховання дітей стало предметом педагогічних розвідок галицьких дослідників 20-30-х років ХХ ст.: М. Галущинського, П. Біланюка, Ю. Дзеровича, Б. Заклинського, Ю. Чайковського, І. Ющишина, діячів української церкви тощо.

Спілкування дітей з батьками є головним фактором психічного розвитку дитини від народження й упродовж усього життя. Успішний розвиток комунікативних умінь дітей та формування культури мовленнєвого спілкування зумовлюється не лише особливостями їх лінгвістичних навиків, а й потребами, які їх мотивують, а також специфікою родинного виховання. Мовленнєвий розвиток обумовлюється фонетико-фонематичним, синтаксичним, семантичними критеріями та сприятливим психолого-педагогічним мікрокліматом в родині.

Тому комунікативний розвиток дитини у спілкуванні з батьками визначається:

- типом бесіди та мотивами ведення батьківських розмов;
- ставленням дитини до батьків та позитивними очікуваннями від спілкування;
- культурою спілкування із зазначеним етикетом.

У повноцінному ефективному спілкуванні галицької родини важливим є його зміст,

інтенсивність, стильові особливості. Єдність виховних дій обох батьків незаперечна: має бути материнська та батьківська любов та турбота, максимальна об'єктивність у ставленні до усіх дітей, поміркована вимогливість, заохочення та стимулювання правильних та негативних вчинків. Успішне дидактичне спілкування передбачає уміння дітей уважно своїх батьків, адекватно сприймати батьківські вимоги, беззаперечно виконувати свої дитячі обов'язки.

В лінгводидактичній науці виділяють такі базові типи спілкування батьків і дітей:

1. **Гармонійний тип** базується на оптимальному емоційному контакті, оскільки дитину батьки сприймають такою, якою вона є, розуміють її індивідуальність, схвалюють та підтримують коло її зацікавлень та інтересів, багато часу спілкуються з дитиною (19, 6 %). Відповідно дитина чує своїх батьків, відповідає взаємністю на батьківську турботу та піклування.

2. **Ліберальний тип** ґрунтується на всездозволеності, надмірній емоційній дистанції з дитиною, в основі якої низький рівень батьківського контролю. Загалом усі дитячі бажання, захоплення, інтереси здаються батькам неважливими та несерйозними, відтак дитині приписують особисту та соціальну неспроможність (47, 6 %). Надмірна опіка та загравання з особистістю назагал негативно впливає на її стосунки з навколишнім світом.

3. **Авторитарний тип** характеризується надмірною концентрацією на особистості дитини, позбавляючи таким способом її самостійності та власної позиції. Батьки віддають багато часу та зусиль дитині, ставлячи численні заборони та обмеження, вимагаючи беззастережної слухняності (17, 4 %). Натомість дитина в спілкуванні з авторитарними батьками або цілковито розгублюється, або стає агресивною.

4. **Індиферентний тип** у своїй сутності має поверхове легковажне ставлення до виховних проблем, неухважне ставлення до потреб дитини. Відповідно виникає надмірність емоційної дистанції – це, передусім недооцінка природніх та соціальних здібностей дитини, що знижує рівень родинного спілкування (8, 7 %). Відчуженість, байдужість, замкнутість дитини – риси найчастіше є наслідком такого виховного впливу.

5. **Негармонійний тип** характеризує спілкування батьків та дітей з особливо нерегулярною емоційною дистанцією. Як правило, батьки виявляють у стосунках до дитини злість, образ, роздратування з будь-яких причин, відтак недовіра, нав'язування волі не сприймання позиції й точки зору дитини (6, 5%). Як наслідок негармонійного типу – формування тривожної неврівноваженої особистості.

Важливо, що загальна тенденція проявляється у тому, що у більшості сучасних родин переважає ліберальний тип спілкування, менш характерний – гармонійний та авторитарний, найменш поширені – індиферентний та негармонійний типи родинної комунікації.

На нашу думку, мовна поведінка батьків більшою мірою поєднана із ментальними рисами галицької спільноти, споконвічними народними звичаями та традиціями. Материнська колісанка, тепле приязне слово та весь родинний словесний устрій – це основа, на якій віками формувалася грічність, ввічливість, беззаперечна повага. Для дитини батьки використовують зменшувально-пестливі звертання: *сонечко, зірочко, квіточко, пташечко, втіхо, стрибунчику, кицюню*. Материнська любов, вкладена у дитячу душу, поверталася зворотнім емоційним звертанням: *мамо, мамонько, мамочко, мамунцю, мамуню, мамусю, мамуленько, мамулечко, мамусенько, мамулюсечко, мамунечко, мамуньочка, мамусеньочко, мамусечко*. Також емоційна варіативність трапляється й у власних назвах – іменах *Андрійку, Тишку, Васильку, Пилинку, Любаню, Івасику, Петрику, Дмитрику, Богдасю, Бодю, Михасю* тощо. Деякі з цих форм стали улюбленими серед творчих людей, письменників, акторів, режисерів, а саме: Олесь, Олесь, Леся, Лесь (утворені від Олександра і Олександри).

У системі взаємодії концепту “батьки-діти” галицької родини можна виділити основні фактори, що спричиняють помилки у процесі виховного спілкування:

- нерозуміння особливостей розвитку особистості дитини, несприйняття її індивідуальних рис та особливостей характеру;
- невідповідність очікування батьків відповідно до тих можливостей та здібностей,

які є в дітей. Іноді це виявляється в надмірно високих вимогах, які пред'являються до дитини;

– відсутність емоційного контакту з дитиною, нечуйне ставлення до неї, зневіра у її здібностях; непослідовність та неузгодженість вимог, до ставляться до дитини різними членами родини.

Окрім того, особливості поведінки батьків: підвищена тривожність, дратівливість, домінантність, імпульсивність, надмірний педантизм, агресивність не сприяють ефективному спілкуванню. Батьки не повинні допускати у спілкування при дітях образливих слів, принизливих прізвиськ, пияцтва та елементарних порушень норм людської поведінки. Прокинувшись вранці, батьки повинні привітатися до своїх дітей, ввечері поцікавитися справами, навчанням тощо.

Серед основних причин соціальної дезадаптації та проявів девіантної поведінки дітей соціальні педагоги та психологи визначають:

1. Відсутність або недостатність позитивних емоційних стосунків між батьками та дітьми, а також батьків між собою.

2. Соціально та психологічно неблагополучні родини, у яких підлітки до прикладу, схильні вживати наркотичні речовини: 2% – один із батьків мав судимість, 14 % - сварка та бійки, 8% - паразитичний спосіб життя. У таких дітей 47 % випадків схильність до проявів лідерства, завищена самооцінка, підвищена активність, що спричиняє до зухвалої поведінки та порушенню соціальних норм.

3. Родини з неправильними орієнтирами у вихованні, зокрема з відсутньою системою моральних цінностей та покарань. Спеціальна довідкова література подає статистику, що 53 % підлітків, що вживають психостимулюючі речовини, відповіли, що їхні батьки ніколи не вели з ними переконливих розмов та не застосовували методів покарання.

Родинне спілкування в Галичині – особливий лінгводидактичний процес, покликаний формувати особистість громадянина, патріота, доброго сина чи дочку. Саме у живому слові молодим галичанам прищеплювались почуття власної гідності, любові до рідного краю, мови, національної культури, народних звичаїв та традицій.

#### **Список використаних джерел**

1. Алексеевко Т. Сучасне сімейне виховання: концептуалізація ідей теорії та практики: монографія. Київ. Умань: ФОП Жовтий О. О, 2016. 437 с.
2. Вовчик-Блакитна О. О. Сім'я як середовище розвитку дитини. Актуальні проблеми психології: Зб. наук. пр. інст-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Житомир: "Вид-во ЖДУ і. І. Франка", 2014. Екологічна психологія. Вип. 36. С. 103-112.
3. Дорошко І. Родинне виховання у сучасних соціокультурних контекстах: філософсько-освітній аспект: монографія. Харків: ФОП Бровін О., 2013. 364 с.
4. Захаренко С. Про родинне виховання: хрестоматія. Черкаси: Вид-во від. ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2006. 100 с.
5. Михальська С. А. Родинне спілкування як чинник комунікативно-мовленнєвого розвитку дошкільника. Автореферат на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук. К., 2010. 20 с.
6. Петровська Т. В. Педагогіка: Дидактичні матеріали: навч. посіб. К. Нац. ун-т фіз. виховання і спорту, в-во Олімп. л-ра, 216, 180 с.

## УКРАЇНСЬКИЙ ДИСКУРС В ТВОРЧОСТІ КАРЕЛА ЗАПА: ЕТНОІМАГОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Карел Зап – відомий чеський краєзнавець, етнограф, редактор, історик, один із перших дослідників чесько-польських та чесько-українських культурних зв'язків періоду національного відродження у слов'янських країнах у 30-40 роках ХІХ століття.

К. Зап писав про життя інших народів, їхню літературу, культуру, фольклор, побут, а таке літературне відображення і визначають терміном “літературна етноімагологія”. Творчість К. Запа дає різноманітний матеріал для цієї компаративної галузі. К. Зап багато писав про життя галицьких русинів Східної Галичини. Аналіз українського дискурсу творчості К. Запа неможливий поза слов'янським національним відродженням і без врахування особливостей національного відродження української Галичини. Пошуки національної ідентичності з боку галицьких русинів були для К. Запа близькими, він симпатизував слов'янофільству “Руської Трійці”, так само, як і польським слов'янофілам у Львові. Найважливіші моменти українського дискурсу творчості К. Запа такі. Він сприймав галицьких русинів як окремий від поляків народ, а це означало і сприйняття окремішності мови. Ще до приїзду до Львова К. Зап міг знати думку Ф. Палацького про те, що український народ самостійний, оприлюднену у журналі “Časopis Českého Museum” за 1830 рік (далі – ČSM).

У межах українського дискурсу перебуває документальна повість “Гальшка, княжна з Острога”, переклади К. Запа української літератури, його листування із українськими діячами. Та найбільшою мірою етноімагологічний аспект творчості К. Запа стосується “Мандрівок і прогулянок по Галицькій землі”, де К. Зап створив літературний етнообраз трьох етносів (українського, польського, єврейського) та вперше показав більшості чехів Галичину як цікавий та багатий на традиції та культуру край Австрійської імперії. У цих подорожніх нарисах К. Зап великою симпатією описав український одяг, побут, звичаї і традиції під час святкування Різдва, які мав можливість спостерігати особисто, захоплено відгукувався про українські пісні. Усе це привернуло увагу К. Запа в Галичині не лише своїм естетичним і духовним рівнем, але й тим, насамперед, що це було своєрідним кодом української національної ідентичності. Саме К. Зап, як ніхто із його сучасників, зауважив і зафіксував у своїх подорожніх нарисах несправедливе становище, в якому перебували галицькі русини, саме тому дорікав тим полякам, які неприязно ставилися до справжніх синів Галицької землі і відповідно оцінював тих польських шляхтичів, які не боялися висловлювати свою повагу до галицьких русинів. Така позиція К. Запа була зумовлена як послідовним тлумаченням концепції слов'янської взаємності, так і гуманістичними ідеалами чеського романтизму.

Наступною не менш цікавою є розвідка К. Запа “Спогади про Львів”, опублікована у 1845 р. Вона складається з двох розділів. Перший присвячений опису міста і громадському життю, другий – Великоднім святам. Ця краєзнавча студія особливо важлива для дослідження історії тогочасного Львова. Крім історичного та географічного опису міста, автор лаконічно розповів про мешканців, архітектуру, народні звичаї, побут. Зокрема, він приділив увагу опису Великодня та народних забав під час його святкування. Це все досить докладно відтворювало побут, звичаєвість та обрядовість українських мешканців Львова.

Приїзд К. Запа до Львова припав на той час, коли в Галичині почалося українське національне відродження – маємо на увазі “Руську Трійцю”, а в чеському національному відродженні поширювалися гуманістичні ідеали чеського романтизму та концепція слов'янської взаємності Я. Коллара, яка спонукала до зміцнення міжслов'янських літературних взаємин.

Завдяки К. Запові члени “Руської Трійці” мали змогу друкуватися в чеських журналах

– це була найцінніша послуга, бо галицькі русини не мали в 30–40-х роках ХІХ ст. періодичних видань. Праці І. Вагилевича та І. Головацького перекладав К. Зап, дещо й П. Шафарик. На сторінках чеських журналів І. Головацький опублікував “Роздуми русина на шляху із Львова до Брна” (“Květy” за 1841 рік), “Лист з Галицького Покуття” (“Poutník” за 1846 рік), “Мандрівки по Галицькій і Угорській Русі” (“СШМ” за 1841 рік, ч.15), “Про Галичину й Угорську Русь” (“СШМ” за 1841 рік, ч.17), “Про русинську літературу” (“СШМ” за 1856 рік). І. Вагилевич надрукував такі розвідки: “Гуцули, мешканці Східних Карпат” (“СШМ” за 1838 рік), “Про упирів і відьом” (“СШМ” за 1840 рік), “Бойки, руськослов’янський народ у Галичині” (“СШМ” за 1841 рік). Якщо зважити на те, що й сам К. Зап підготував для журналу “Květy” дванадцять публікацій про Східну Галичину, що появилися на сторінках журналу упродовж 1837–1838 років, то можна зробити висновок, що публікації К. Запа відкрили для чеської аудиторії ще один регіон слов’янського світу, де мешкає такий же слов’янський народ. До речі, не випадково і П. Шафарик не лише перекладав праці молодих галицьких діячів – він настільки зацікавився галицькою проблематикою, що й сам опублікував статтю “Про землю, яка називається Бойки” (“СШМ” за 1837 рік).

Зацікавленість К. Запа українським питанням в Галичині, його бажання ввести український дискурс у всеслов’янський контекст підтвердилося і тим, що він перекладав не лише твори українських авторів, а й тих іноземних авторів, твори яких стосувалися українських реалій. Так, він переклав “Коліївщину”, “Степи” М. Грабовського (українська тема у творчості польського письменника). Переклав К. Зап і “Тараса Бульбу” М. Гоголя. Спонукали його до цього перекладу, на нашу думку, два чинники: 1) національне походження автора; 2) українська стихія не лише цієї повісті М. Гоголя, а й інших його творів. Сказане стосується і його історичної повісті “Гальшка, княжна з Острога”, яку К. Зап написав, спираючись на польські джерела, але з великими симпатіями до знаменитого українського роду.

Є ще один важливий момент, що свідчить про роль К. Запа в національному відродженні Галицької Русі. Йдеться про перший слов’янський з’їзд, який відбувся 1848 року в Празі. У листі до Я. Головацького він радив, щоб до Праги приїхало якомога більше русинів, оскільки галицько-руська справа особливо потребує захисників на урядовому рівні. Варто зазначити, що К. Зап на з’їзді захищав інтереси галицьких русинів і був разом із ними в одній секції. “Світлий муж” – це висока оцінка І. Франка діяльності К. Запа у галицькому відродженні.

**Степанов А. В.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ФУНКЦІОНАЛЬНО-ПРАГМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДЕМІНУТИВІВ У СУЧАСНІЙ ІСПАНСЬКІЙ МОВІ**

У сучасній іспанській мові одним з найбільш продуктивних типів словотворення є морфологічна деривація. Її сутність полягає в утворенні нового слова шляхом додавання морфем або інших формотворчих елементів до вже існуючого кореня. Високо частотними є словотворчі процеси з використанням зменшувальних і збільшувальних суфіксів. Очевидним є те, що вживання демінутивів в іспанській мові відповідає потребам семантичної та стилістичної варіативності. Однак аналіз вживання демінутивів та аугментативів дозволяє виділити певну регулярність як в ономасіологічному і семасіологічному аспектах, так і в комунікативному навантаженні кожного слововживання. Вживання таких похідних дозволяє мовцеві створити такі комунікативні контексти, які завжди є новаторськими і, найголовніше, до такої міри самобутніми і специфічними, що часто тісно пов’язані з неологією.

Вживання демінутивів та аугментативів в іспанській мові є важливим прагматико-

комунікативним явищем, за допомогою якого мовець виражає власну культурну самобутність та особисті комунікативні наміри. Вживання демінутивів та аугментативів відповідає культурно і національно зумовленим процесам суб'єктивації [3: 117], які відкривають перед мовцем широкі семантико-прагматичні можливості.

Демінутиви за своєю семантичною структурою виражають референтні зв'язки (тобто об'єктивне описове значення) та власні оцінки мовця (тобто суб'єктивне значення).

Категорія демінутивності застосовується щодо:

1) одиниць, які можуть бути референтійно зменшені, тобто означається розмір предмета;

2) одиниць, означеність за розміром яких є результатом суб'єктивної оцінки мовця.

Існують два основні підходи у дослідженні функціонування демінутивів в іспанській мові:

1) Типологічний, згідно з яким межі категорії демінутивності є засобами суб'єктивації, що використовуються в багатьох мовах світу [2: 534; 1: 76]. Застосування такого підходу для дослідження семантики суфіксальних похідних в іспанській мові також відкриває хороші можливості для вивчення семантичних особливостей демінутивів у сучасній іспанській мові та її латиноамериканських національних варіантах, оскільки він передбачає компаративний аналіз подібних явищ у різних мовах світу.

Дотримуючись типологічного підходу, варто відзначити неоднакову здатність та різний інтралінгвістичний потенціал окремих мов до формування демінутивних чи аугментативних утворень, навіть у межах одної мовної групи, орієнтованість окремих мов більшою мірою на синтетичні або ж на аналітичні способи передачі демінутивного чи аугментативного значення. До прикладу, в іберороманських мовах кількість деривативних формантів як засобів вираження категорії демінутивності є найбільш чисельною та морфологічно диверситивною. Зокрема в іспанській мові, кількість демінутивних суфіксів сягає понад двадцяти одиниць, що в свою чергу зумовлює значну варіативність на морфологічному, морфологічному, лексико-семантичному, стилістичному та функціонально-прагматичному рівнях. Водночас у гало-романських мовах, найбільш яскравим представником з яких є французька, значення демінутивності виражається аналітично, а морфологічні засоби не є продуктивними і зберігаються у лексикалізованих одиницях.

2) Іспаністичний, згідно з яким вживання демінутивів є одною з найбільш важливих характерних рис латиноамериканських національних варіантів іспанської мови [4]. Дослідники, які працюють в цьому напрямку дотримуються думки, що вживання демінутивів притаманне усім функціональним стилям мовлення, оскільки їх смислове навантаження є передусім семантичним і стилістичним [4]. Творення слів за допомогою зменшувальних і збільшувальних суфіксів є невід'ємним джерелом не лише нових словоформ, а передусім нових значень. Таким чином, значення демінутива виражає:

1) зв'язки, які існують між зменшувальною одиницею та її твірним відповідником;

2) зв'язки, які існують між демінутивом та мовцем безпосередньо у контексті мовленнєвого акту. Тобто демінутив є дискурсивним засобом вираження індивідуального сприймання певного поняття.

Останній тип значення демінутива реалізується в умовах індивідуального, суб'єктивного і часто оказіонального вжитку, таке значення часто є непередбачуваним і залежить від контексту ситуації; проте часто саме такі значення набувають сталого характеру і фіксуються у словниках. Значення демінутива (похідного слова) розкривається через значення вихідного знака, шляхом вказівки на вже наявне в мові найменування, яке виступає мотивуючим.

Випадки вживання демінутивів можуть бути класифіковані за трьома базовими ознаками суб'єктивації, що являють собою парадигму слововживань від конкретних до більш абстрактних:

1) Кількісна оцінка – квантитативне значення.

2) Якісна оцінка – квалітативне значення.

### 3) Реляційне значення.

Запропонована класифікація базується безпосередньо на аналізі лексичних значень демінутивів, вживаних у різних функціональних стилях мовлення. Такий аналіз передбачає пряму залежність значення терміна, утвореного шляхом деривації, від контексту та конкретної ситуації слововживання, що дозволяє систематизувати основні дискурсивні схеми та виділити лінії зв'язку між значенням демінутива та ступенем суб'єктивності [3].

Вживання демінутивів у сучасній іспанській мові та її латиноамериканських національних варіантах є прагматично зумовленим і детермінованим соціокультурними факторами. Демінутив у національних варіантах іспанської мови є досить гнучким і полісемантичним прагматичним засобом вираження, який дозволяє мовцеві давати власну суб'єктивну оцінку. Прагматична природа демінутива лежить в основі полісемантичної сутності лексичних одиниць, що відповідає комунікативним потребам. Межі категорії демінутивності в іспанській мові задовольняють широкий спектр прагматичних потреб, які є актуальними в її піренейському та латиноамериканських національних варіантах.

#### Список використаних джерел

1. Dressler W. U., Barbaresi L. M. *Morphopragmatics: Diminutives and Intensifiers in Italian, German and other Languages*. Berlin: Mouton de Gruyter, 1994. 682 pp. URL: <https://trove.nla.gov.au/work/30712509>.
2. Jurafsky D. *Universal Tendencies in the Semantics of the Diminutive*. *Language*. Vol. 72. N. 3 (September, 1996). Published by: Linguistic Society of America. Pp. 533-578. URL: <https://www.jstor.org/stable/416278>.
3. Langacker R. *Observations and Speculations on Subjectivity*. *Foundations of Cognitive Grammar*. Vol. 1. Stanford, 1987. URL: <https://doi.org/10.1075/tsl.6.07lan>.
4. Reynoso Noverón J. *El diminutivo en el español actual: de la gramática a la pragmática*. *Actas del V Congreso Internacional de Historia de la Lengua Española, Valencia 31 de enero -4 de febrero 2000 / coord. por María Teresa Echenique, Juan Pedro Sánchez Méndez*. Madrid: Gredos, 2002. Pp. 935-943. URL: [http://www.humanindex.unam.mx/humanindex/pagina/pagina\\_publicaciones.php?rfc=RENJ701206&par=4](http://www.humanindex.unam.mx/humanindex/pagina/pagina_publicaciones.php?rfc=RENJ701206&par=4).

Дудок А. Р.

викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## ТЕОРІЯ ТА МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ ПРЕФІКСАЛЬНИХ ДІЄСЛІВ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Префіксація, один із продуктивних способів слово та термінотворення у сучасній англійській мові. У мовознавчій науці префікс визначається як препозитивна загальна службова частина низки слів, що виконує словотвірну функцію в одному із актів деривації, змінює свою смислову структуру в процесі мовного розвитку та бере участь у формуванні ономазіологічних категорій. Префікс (або перед основа чи префіксальна морфема) – це до коренева, афіксальна морфема, яка виокремлюється у складі словоформи та має, головне, словотвірний характер. Дієслівне словотворення сучасної англійської мови утворене префіксальним способом є складним і неоднозначним явищем. Воно утворює особливий лексичний прошарок, що динамічно розвивається, забезпечуючи комунікативні потреби фахівців відповідної галузі знань. Префіксальні дієслова сучасної англійської мови характеризуються широким інвентарем продуктивних префіксів. Дослідження механізму перетворення загальноновживаного префіксального дієслова на термінологічне, є одне з важливих завдань у лінгвістиці, суть якого полягає в аналізі глибинних процесів, що відбуваються в семантичній структурі дієслова.

Досліджуваний фактологічний матеріал засвідчує, що германські та романські дієслівні префікси ілюструють високий словотвірний потенціал поповнення сучасної англійської мови.

На думку М. М. Полюжина, дієслівні префікси мають дейктичний характер: вони співвідносять дію, виражену дієсловом, з певною точкою відліку, уточнюючи її в часовому,



локальному, кількісно-оцінювальному та інших відношеннях [1].

Так, за слушним твердженням класика філологічної думки О. О. Потєбні, відбувається перехід від суб'єктивної інтерпретації контексту до розпізнавання чинної, "породжувальної" моделі значення дієслова [2].

Основними методами дослідження префіксальних дієслів є аналіз словникових дефініцій, структура та семантика префіксів. "Метод значення – смисл, дозволив розмежувати декілька різнопланових компонентів інваріантного значення в системі мови та змінного компонента (смыслу) в мовленні" (С. О. Гурський, 1974).[3] Розкриття чинників породження різних смислів префіксального дієслова лежить в узагальнюваній природі префікса та дієслова, їх творчому поєднанні у процесі мислення. Зокрема, словотвірний синтез полягає у виявленні потенцій основ префіксальних дієслів, що має відображення у кількісних та якісних аспектах реалізації, якими є, власне, словотвірна активність та валентність. Також, словотвірний аналіз та синтез здійснюється з використанням моделювання, яке, як науковий спосіб пізнання об'єктивного світу, сприяє образній репрезентації мовних процесів. Кількісною характеристикою моделі є продуктивність, яка визначається низкою дериватів, що виникали за певної моделі під час її функціонування у мові.

Вважаємо, що дієслівні префікси посідають домінуюче місце в системі префіксального дієсловотворення сучасної англійської мови, оскільки всі вони є продуктивними морфемними структурними елементами. На наше переконання усі аналізовані префікси виступають активним способом у словотвірних процесах сучасної англійської мови. Дослідження структури, семантики та словотвірних потенцій основ префіксальних дієслів, що функціонують у сучасній англійській мові, здійснюється з урахуванням етимологічної характеристики дієслівних префіксів, згідно якій виокремлюються германські (власне англійські) та романські (іншомовні) префікси. На наш погляд, префікси можуть змінювати лексико-граматичну категорію слова з якою вони поєднуються.

Для підтвердження висловленого вище, наведено низку прикладів префіксальних дієслів та їх словотвірну динаміку від загальноновживаного значення до спеціального:

–терміни з префіксом **un** – мають значення заперечення властивості чи якості, яку виражає основа: **to unclonthe** - 1) роздягати, розкривати; **to unclonthe one's secret thoughts** – розкривати свої таємні думки; **dress** - одягатися, **to undress** – роздягатися; **load** - вантажити, **to unload** – розвантажувати; **to unchain**- 1) спускати з ланцюга; 2) звільняти, розковувати – **to unchain one's passion**-давати волю своїм пристрастям; **to unchurch** – відлучати від церкви;

–префікс **under** – вказує на незавершеність дії, вираженої у твірній основі: (**to estimate** – оцінювати, **underestimate** – недооцінювати); **underrate** -недооцінювати; **to underrate one/s opponent** – недооцінювати противника; **unearth** - 1) виривати, викопувати з землі; 2)**to unearth a plot (a mystery)**- розкривати змову (таємницю);

–в сучасній англійській мові: префікс **de** – (**to limit** – обмежувати, **delimit** – розмежовувати) має значення зворотної дії; **to detach** – **to detach one country from another** - посіяти ворожнечу між країнами;

–префікс **dis** - може виражати як заперечення, так і протилежну дію, як от: а) заперечення: **approve** схвалювати - **to disapprove** не схвалювати; **like** любити - **to dislike** не любити; б) протилежна дія: **appear** з'являтися - **to disappear** зникати; **connect** - сполучати; - **to disconnect** - роз'єднувати; **disengage** - звільняти; **to disengage truth from lies** – відокремити правду від брехні;

Безперечно, що наукові підходи до вивчення префіксальних дієслів потребують у перспективі подальшого вдосконаленого і глибшого аналізу. Актуальним напрямком подальших досліджень може бути створення порівняльно-зіставної типології термінотворення суміжних підмов науки й техніки, з метою виявлення їхніх загальних закономірностей і відмінностей. Незважаючи на підвищений інтерес лінгвістів до вивчення морфологічної структури семантики дієслів сучасної англійської мови, префіксальний аспект

дослідження потребує подальших наукових розвідок.

Перспективний напрямок подальших студій вбачаємо в комплексному вивченні префіксальних термінів сфери інших наук шляхом поєднання словотвірного аналізу й синтезу. Важливим є також установлення концептуальних структур, що визначають специфіку словотвірних процесів в англомовних термінологічних системах та порівняння ресурсів і засобів термінотворення в інших германських мовах. Такий підхід сприятиме усебічному дослідженню лінгвокультурологічних та лінгвопрагматичних аспектів інших мовних явищ у різних національних варіантах сучасної англійської мови. Як висновок, можемо стверджувати, що германські та романські дієслівні префікси демонструють високий словотвірний потенціал поповнення сучасної спеціальної англійської мови.

#### **Список використаних джерел**

1. Полюжин М. М. Сучасні парадигми лінгвістичних досліджень. Проблеми романо-германської філології. Зб. наук. пр. Ужгород, 1988.
2. Потебня А. А. Мысль и язык. Москва, 1989. 380 с.
3. Goursky S. *The Idiomatic Heart of the English Language*. Lviv, 1975. 179 p.

**Дудок Х. Р.**

аспірант

Львівський національний університет імені Івана Франка

### **ПРОДУКТИВНІ СПОСОБИ ТВОРЕННЯ ТЕРМІНІВ МОБІЛЬНОГО ЗВ'ЯЗКУ**

Абсолютний прогрес мови виявляється насамперед у його розвитку словникового складу. Інтенсивне провадження мобільних технологій внесло кардинальні зміни в усі сфери життя людей, що зумовило появу значної кількості нових слів, словосполучень та термінів спеціальної англійської мови, які пронизують усі ланки повсякденного існування сучасної людини: роботу, дозвілля, навчання, науку. Оскільки лідерами розвитку галузі інформаційних технологій є англомовні країни, то природно, що первинна номінація нових розробок мобільних технологій відбувається саме англійською мовою.

Як відомо, термінна лексика, як і всі інші мовні універсалиї, важко піддається визначенню. Через складність та дискусійність такого завдання в термінознавстві існує чимало найрізноманітніших спроб визначення термінів. Так, зокрема, вчені пропонують різні способи творення морфологічних неологізмів. Зокрема, у своїх наукових працях з неології Ю.А. Зацний, досліджуючи шляхи і способи поповнення термінного вокабуляру англійської мови, акцентує увагу на таких способах збагачення словникового складу спеціальної мови, як афіксація, словоскладання, злиття (бленди або телескопія), запозичення тощо [1]. У свою чергу, дослідниця Заботкіна В. І., також, вважає, що афіксація, аббревіація, телескопія, словоскладання та конверсія залишаються продуктивними способами творення морфологічних неологізмів [3]. Поділяємо думку дослідників і серед продуктивних способів термінотворення виокремлюємо афіксацію (*edubabble, geekerati, hackergate*); деафіксацію (*nastify – denastify*); і елементоскладання (*Eurocrat*) як способи творення морфологічних неологізмів, телескопію (*workaholic=work+alcoholic; docudrama= documentary+drama*); словоскладання (*coffee-spitter, salad dodger, chewable liquor*), які відносимо до лексичних способів словотворення; аббревіацію (*CD – compact disc*) до графічних способів термінотворення [4].

За нашими спостереженнями у сфері мобільних технологій наявність аббревіатур спричинене відносною чисельністю багатоконпонентних термінологічних словосполучень. Проте, серед дослідників – термінологів, немає єдиної думки з приводу максимальної кількості компонентів, які може включати в свій склад багатоконпонентне термінологічне словосполучення. Так, Б. Н. Головін і Р. Ю. Кобрін вважають, що в термінологічному поєднанні можуть бути десять і більше компонентів [2]. Аналіз досліджуваної термінної

вибірки дає підстави стверджувати, що шість компонентів це максимальна кількість у складі багатокомпонентного термінологічного словосполучення у сфері мобільних технологій. Безперечно, що абревіація є одним із ключових засобів економії мовних засобів, який слугує для компресії спеціальної інформації на лексичному рівні, скажімо, **WAP** (*Wireless Application Protocol*), **EEPROM** (*Electrically Erasable Programmable Read Only Memory*), **FPLMTS** (*Future Public Land Mobile Telecommunications System*), **CDMA** (*Code Division Multiple Access*), **SMS** (*Short Message Service*), **GPRS** (*General Packet Radio Service*), **EDGE** (*Enhanced Data rates for GSM Evolution*) [4].

Поруч з абревіацією, доволі поширеним способом утворення телекомунікаційних термінів є також композиція. В якості прикладів, можемо навести такі новоутворення, що виникли шляхом простого складання основ без з'єднувального елементу: *softkey*, *talktime*, *voicemail*, *airtime*, *smartphone*. Наведені терміни утворились шляхом новоутворень, значення яких є сумою значень їх складових елементів. Варто зазначити, що у процесі утворення аналогічних терміноодиниць не відбулося семантичного зсуву їх складових частин. Так звані, "синтаксичні" складні слова, сформовані з сегментів мовлення, зберігають у своїй структурі ознаки синтагматичних відносин, що є типовими для мовлення. Такий тип терміноутворення є типовим для сучасної англійської мови і широко представлений у сфері мобільного зв'язку. Наведімо низку прикладів: *push-to-talk*, *end-to-end*, *ready to-use*. Додамо, також, що доволі продуктивним способом утворення термінів для позначення понять у сфері мобільного зв'язку є отримання нового значення у вже існуючій лексичній одиниці, як от: **menu** – 1) *list of the dishes to be served or available for a meal*, 2) (*mobile terminology*) *a list of possible actions from which a user can choose, displayed on a telephone screen*; **roamer** – 1) *someone who leads a wandering unsettled life*, 2) (*mobile terminology*) *a) a subscriber to one mobile phone network who is "roaming" in (visiting) another market, b) a mobile station which operates in the cellular system other than the one from which the service is subscribed*; **wraps** – 1) *cloak that is folded around a person*, 2) (*mobile terminology*) *interchangeable phone covers available in a range of colors* [4].

Отже, у досліджуваній сфері мобільного зв'язку, аналізовані способи відіграють роль підвищення інформативної цінності спеціального мовного повідомлення. В утворенні фахової мови мобільного зв'язку беруть участь як вузькогалузеві терміни, так і терміноодиниці з суміжних галузей та загальнонаукові. Запозичення термінів в англійську фахову мову мобільного зв'язку з різних галузей свідчить про те, що його терміносистема є новою сферою знань, термінологія, яка організована у струнку систему і володіє певною самостійністю. Серед термінів-словосполучень кількісно переважають як двокомпонентні так і багатокомпонентні. Як висновок, можемо стверджувати, що абревіатура є одним із способів концентрування фахової інформації з метою підвищення ефективності спілкування, а саме реалізації основної комунікативної функції мови. Перспективним напрямком подальших досліджень термінології сфери мобільного зв'язку може бути у площині порівняльно-зіставної типології терміноутворення суміжних підмов науки й техніки, екстрапольовані на фахові мови інших галузей.

#### Список використаних джерел

1. Зацний Ю. А. *Розвиток словникового складу англійської мови в 80-ті – 90-ті роки ХХ століття: дис... д-ра філол. наук: 10.02.04; Запорізький держ. ун-т. Запоріжжя, 1999. 403 с.*
2. Головин Б. Н., Кобрин Р. Ю. *Лингвистические основы учения о терминах. М.: Высш. шк., 1987. 104 с.*
3. Заботкіна В.І. *Нова лексика сучасної англійської мови. М.: Вища школа, 1989. 126 с.*
4. URL: <http://www.mobileworld.org/glossary.html>.

## СЕКЦІЯ “ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ”

**Блащак І. М.**

к.п.н., доцент,

**Холявко Ю. С.**

старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

### МОТИВАЦІЯ СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ДО ЗАНЯТЬ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ

Формування мотивації до здорового способу життя є одним із пріоритетних питань гуманітарної політики України. Дослідниками [3] встановлено, що в студентській молоді недостатньо сформовано потребу дотримуватися здорового способу життя, як важливого чинника фізичного, психічного та соціального благополуччя. Автори зазначають, що тільки 47,44% студентів мають бажання відвідувати фізкультурно-оздоровчі заняття у закладах вищої освіти.

За твердженням науковців [2, 3] спостерігається тенденція погіршення стану здоров'я студентів, відповідно збільшується їхня кількість у спеціальних медичних групах, а також тих студентів, які після медичного огляду були звільнені від занять.

Доведено, що зміст обов'язкових занять фізичним вихованням, який містить лише базові види спорту, не приваблює студентську молодь [1, 2]. Для заохочення студентів до занять фізичним вихованням науковці рекомендують застосовувати сучасні оздоровчі технології, такі як: шейпінг, різноманітні види аеробіки тощо [3].

Тому, важливим питанням постає саме вивчення інтересів студентів та пріоритетних видів фізкультурно-оздоровчих занять.

Мета дослідження – визначити мотиваційні пріоритети студентів закладів вищої освіти щодо занять з фізичного виховання. Для досягнення мети нам необхідно узагальнити теоретико-методичні підходи вітчизняних та зарубіжних авторів до проблеми фізичного виховання студентської молоді, з'ясувати мотиви, що спонукають студентську молодь до занять з фізичного виховання.

В опитуванні прийняло участь 120 студентів I-II курсів Національного Університету “Львівська політехніка” спеціальностей менеджмент та економіка (Інститут економіки і менеджменту, 60 осіб), прикладна математика (Інститут прикладної математики та фундаментальних наук, 30 осіб), право (Інститут права, психології та інноваційної технології, 30 осіб). Серед них 64,10% студентів I курсу та 35,90% осіб II курсу. Крім того, 84,62% опитаних були віднесені до основної медичної групи, 12,82% осіб – до підготовчої медичної групи та 2,56% студентів – до спеціальної медичної групи.

З метою вивчення мотивації та ставлення студентів до фізкультурно-оздоровчих занять ми провели опитування, внаслідок чого отримали наступні результати.

Визначено, що 30,77% осіб вважають неважливими регулярні заняття фізичного виховання для майбутньої професії; тоді як 30,77% осіб стверджують протилежне; 38,36% опитаним було важко відповісти на це запитання. Виявлено, які задачі, на погляд студентів, вирішуються на заняттях фізичного виховання. Відповіді розподілилися наступним чином: зміцнення здоров'я зазначило 82,05% осіб; розвиток фізичних якостей – 79,49% опитаних; розвиток психічних якостей та підвищення ефективності навчання – по 10,26% респондентів відповідно і підготовка до професійної праці та інше – по 2,56% студентів.

З'ясовано особисті мотиви студентів до занять з фізичного виховання. Так, 71,79% студентів стверджують, що відвідують заняття з фізичного виховання заради отримання заліку; 56,41% осіб – для зміцнення здоров'я; 38,46% респондентів – для компенсації дефіциту рухової активності; 35,90% опитаних – для фізичного вдосконалення; по 30,77%

осіб – для підвищення загальної витривалості та профілактики стресу; для активного відпочинку та 20,51% осіб відповідно.

Також було визначено причини, які заважають студентам відвідувати заняття з фізичного виховання. Зокрема, більшість студентів (66,67% осіб) зазначили брак часу; незручний розклад, відсутність секції, в якій би хотів займатися та поганий стан здоров'я – відзначило по 5,13% осіб відповідно; 20,51% студентів зазначили інше (займаюся поза університетом, незручне розташування спортивного залу, не встигли записатися в секцію тощо).

Окрім того було з'ясовано, що студенти цікавляться різною інформацією про фізкультурно-оздоровчі заняття, а саме: як впливають фізичні вправи на функціональний стан та як самостійно контролювати рівень фізичного навантаження відзначили по 51,28% студентів відповідно; про основи здорового способу життя хоче дізнатися 30,77% осіб; про профілактику захворювань – 23,08% опитаних; володіти основами педагогічного контролю та основами професійно-прикладної фізичної культури цікавиться по 7,69% респондентів відповідно. Аналізуючи отримані дані можна стверджувати, що більшість студентів не володіють достатньою кількістю інформації щодо користі занять фізичним вихованням, позитивним впливом фізичних вправ на організм людини тощо.

Більшість студентів (82,05% осіб) стверджують, що заняття фізичним вихованням зміцнюють здоров'я та 79,49% опитаних зазначають, що вони сприяють розвитку фізичних якостей. З'ясовано, що 71,79% студентів відвідують заняття з фізичного виховання заради отримання заліку, а 56,41% осіб – для зміцнення здоров'я та 38,46% респондентів – для компенсації дефіциту рухової активності. Основною причиною, яка заважає відвідувати заняття з фізичного виховання більшість студентів (66,67% осіб) зазначили брак часу.

#### **Список використаних джерел**

1. Винник В. Д. *Особливості формування інтересу та мотивації до занять фізичним вихованням. Теорія та методика фізичного виховання.* 2010. № 12. С. 39–42.
2. Гордієнко А., Корж С. *Мотивація студентської молоді до здорового способу життя. Інноваційні технології в системі підвищення кваліфікації фахівців фізичного виховання і спорту : тези доп. III Міжнар. наук.-метод. конф. Суми: СумДУ, 2016. С. 196–197.*
3. Іваночко В., Грибовська І., Семаль Н. *Ставлення студентів економічних спеціальностей до фізкультурно-оздоровчих занять. Науковий часопис Нац. пед. ун-ту імені М. П. Драгоманова. Серія 15, Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт) : зб. наук. пр. Київ, 2016. Вип. 4(74). С. 35–38.*

**Баховський І. І.**  
старший викладач,  
**Куласв В. І.**  
старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ДЕННИЙ ЛІТНІЙ ТАБІР ЯК ЗАСІБ ОЗДОРОВЛЕННЯ**

Вже не перший рік в Україні констатується тенденція погіршення стану здоров'я школярів. Важливими заходами для вирішення названої проблеми науковці називають впровадження, нових і сучасних методів впливу, які відповідають потребам школярів, сприяють зацікавленню і мотивації, відповідають віковим можливостям, інтересам сучасних школярів і їх психологічним особливостям [1, 2].

Аналіз наукової літератури [1, 2, 3] дає можливість говорити про де соціалізацію школярів через брак спілкування із рідними та однолітками, також про надання переваги малорухливому способу життя вже у молодшому шкільному віці. Як результат, це призводить до великої кількості порушень у стані здоров'я, а відсутність комунікації – до асоціальної поведінки, збільшення кількості злочинів і самогубств серед неповнолітніх.

Одним із доступних об'єктів впливу на школярів країни є літній табір. Саме у таборі

спілкуванню і оздоровленню дітей сприяють різні види рухової активності, при правильній і ефективній організації фізкультурно-оздоровчої роботи. [3].

Мета дослідження – удосконалити організаційні засади проведення фізкультурно-оздоровчої роботи зі школярами.

Дослідження проводилося на базі християнського літнього табору “ПІЛГРИМчик”, розташованому у Вербівському лісовому угідді Закарпатській області. Організаційний експеримент тривав з 18 по 25 липня 2019 року. В експерименті брало участь 150 школярів віком від 6 до 14 років. Заняття руховою активністю проводилися в різних формах протягом табірної доби: ранкова гімнастика, рухливі ігри, чемпіонати із видів спорту. Загальний час занять протягом дня – 50-60 хв.

Денні літні табори вирізняються особливостями організації фізкультурно-оздоровчої роботи та розпорядку всього табірної доби. Денний табір певною мірою обмежує вплив колективу на учасників, оскільки діти не знаходяться під наглядом вожатих та інших членів табірної колективу цілодобово. Цей фактор також вносить певні корективи в організацію табірної доби, зокрема скорочує його тривалість, а діти, повертаючись додому, відволікаються від табірних настанов навчання та виховання. Тому досягнення обсягів рухової, встановлених у таборі, проходить складніше.

Кожного дня учасники табірних груп (по 20-25 дітей приблизно одного віку у кожній, всього було 8 груп) ділилися на “кольорові” команди способом жеребкування. У кожній групі був конверт із клейкими стрічками (кількість присутніх дітей поточного дня у команді ділилась на 4 кольори), кожна дитина витягувала стрічку певного кольору. Це – колір її команди на рухливі ігри на один табірний день. На стрічці зазначено ім'я дитини, назва табірної групи та колір команди. Стрічка клеїлася на футболку, на видне місце. Така процедура займала 10-15 хвилин, в залежності від кількості учасників групи. Для кожної кольорової команди призначався 1 волонтер – капітан. Таким чином у одній кольоровій команді були представники усіх вікових груп.

На активні рухливі ігри, які проходили до обіду, учасники об'єднувалися за кольором. А кольорові команди ділилися на два так звані “потоки” – перший потік учні 1-4 класів, другий – учні 5-8-х класів. При цьому вони залишалися однією командою, усі їхні перемоги складалися в спільну скарбничку. Після обіду на загальну табірну гру, кольорова команда об'єднувалася і грала спільними зусиллями.

Організаційний експеримент дав змогу визначити ефективність впровадження запропонованої системи поділу учасників під час рухливих ігор. Ефективність визначалася результатами анкетування безпосередніх учасників експерименту і волонтерів, які мали з ними постійний зв'язок і спілкування.

Відповідаючи на запитання чи варто працювати і далі за системою “чотири команди”, 70% респондентів дали позитивну відповідь. Це означає, що більшість погоджуються із системою організації у теперішньому вигляді і за нею варто працювати у подальшому.

На запитання: “Чи вважаєте Ви систему “чотири команди” ефективною системою у нашому таборі?” – 97% респондентів дали позитивну відповідь. Лише 3% опитаних вважають що система скоріше не ефективна ніж ефективна.

Відповіді на запитання чи полегшує впроваджена система “чотири команди” роботу у таборі спортивного інструктора, свідчать, що 90% опитаних обрали позитивну відповідь, лише 10% вважають що система не полегшує роботу.

Щодо запитання: чи доцільно залишати під час ігор такий поділ команд як на біблійних уроках (на біблійній годині учасники поділені за віком і групи мають свої табірні оригінальні назви): 50% дали позитивну відповідь, решта 50% вважають що такий поділ під час ігор не доцільний.

Результати анкетування дітей дали можливість дізнатися як ставляться до запропонованої системи поділу учасники табору, чи до вподоби їм запропоновані види рухової активності, чи сприяли вони встановленню нових дружніх зв'язків та чи мотивовані до занять руховою активністю після закінчення табору.

Так, відповідаючи на запитання чи подобається запропонована система, респонденти обрали такі відповіді: 49% опитаних школярів відповіли що їм вона дуже сподобалась, і вони залишилися задоволеними нею. Результати свідчать про певний успіх впровадження, адже названа система мотивує більшість учасників до рухової активності у таборі.

Даючи відповідь на запитання: “Чи будуть заняття у таборі стимулом до занять руховою діяльністю протягом року?”, 80% опитуваних дали позитивну відповідь. Решта 20% – сумнівалися, або дали негативну відповідь. Результати приємно вражають, якщо всі учасники відповідали чесно, впроваджувана система і рухова діяльність у таборі відповідає поставленій меті і завданням.

На запитання анкети: “Чи будеш контактувати із товаришами табору протягом року?”, 97% респондентів дали позитивну відповідь. 3% – негативну. Результати відповідей на дане запитання дає можливість зробити висновки, що табір потрібний для школярів і у плані соціалізації.

Таким чином, розроблена експериментальна система організації фізкультурно-оздоровчої роботи у денному шкільному таборі виявилася ефективною. Результати анкетування дають можливість відзначити ефективність впроваджуваної системи та доцільність її використання в інших літніх дитячих таборах. Вони також свідчать, що перебування в таборі та участь в щоденних заходах рухової активності стала мотиваційним стимулом для 80% школярів, які відзначили, що продовжать заняття після перебування в таборі. 90% волонтерів відповіли, що впроваджена система організації рухової активності у таборі робить ефективною роботу спортивних інструкторів.

#### **Список використаних джерел**

1. Єзерський В. І. Оцінка моделі фізичного виховання у літньому оздоровчому таборі. URL: <https://www.sportpedagogy.org.ua/html/journal/2010-3/10yvipet.pdf>.
2. Іванченко Л. П. Формування мотивації у підлітків до систематичних занять фізичною культурою і спортом. Молодий вчений. 2018. № 2 (2). С. 623–625.
3. Ількевич Н. А., Никитюк І. В. Організація оздоровчо-виховної діяльності у літньому дитячому таборі : метод. реком. Луцьк, 2017. 20 с.

**Завійська В. М.**  
старший викладач,  
**Лукашевич Л. В.**  
старший викладач

Львівський торговельно-економічний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ ЗАГАЛЬНО-РОЗВИВАЛЬНИХ ВПРАВ У ФІЗИЧНОМУ ВИХОВАННІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНИХ МЕДИЧНИХ ГРУП**

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сьогоdnішніх умовах рухова активність людини суттєво знижена, що спричинено цілою низкою об’єктивних факторів. А це, в свою чергу, призводить до виникнення порушень у стані здоров’я не лише дорослого населення, а й дітей та молоді. Зокрема, при медичному огляді в ЛТЕУ 16% усіх першокурсників з різними видами порушень у здоров’ї було скеровано лікарем у спеціальні медичні групи (СМГ).

Систематичні заняття у СМГ сприяють покращенню здоров’я та працездатності студента, підвищенню імунної системи організму, оскільки при підборі навантаження обов’язково враховуються стан здоров’я, вид захворювання, психічні та фізичні можливості, рівень фізичної підготовленості, функціональний стан та ін. [2].

Однак, дуже важливим фактором є підготовка організму людини до основного навантаження, адже будь-яка м’язова діяльність, яка виконується опорно-руховим апаратом, впливає не лише на його робочі ланки, а й на всі системи організму людини, що активізують свої функції під час роботи.

Одним із основних засобів підготовчої частини заняття є загально-розвивальні вправи

(ЗРВ). У літературі використовується загальноприйнятий підхід до підбору та використання ЗРВ. Вони класифікуються, в основному, за їхньою анатомічною ознакою, передбачаючи переважну спрямованість на виховання рухових якостей (сили, гнучкості, спритності та ін.) [1, 3].

Проте, при цілеспрямованому впливу на опорно-руховий апарат необхідно пам'ятати про важливість серцево-судинної системи (ССС), яка лімітує рухову активність людини і її можливості при виконанні фізичних вправ.

Мета нашого дослідження – оптимізація класифікації ЗРВ за їхньою інтенсивністю. Для цього нам необхідно було визначити реакцію ССС та нервово-м'язового апарату студенток при виконанні ЗРВ різного характеру.

За показник інтенсивності навантаження ми взяли частоту серцевих скорочень (ЧСС) і показник м'язового тону. Реєстрація ЧСС здійснювалась безпосередньо під час виконання вправ студентками окремо кожної вправи за допомогою тонометру ВЛРМ 29. Показник м'язового тону визначався спеціально сконструйованим пружинним міотометром механічної системи, яким ми вимірювали тону м'язів в умовах максимального напруження і при розслабленні, що дозволило кількісно характеризувати скоротливу функцію м'язів і здатність їх до розслаблення (еластичність, твердість, пружність). У дослідженні використовувались також методи статистичної обробки.

В експерименті брали участь 46 студенток 1-2 курсу ЛТЕУ (експериментальна група – 26 чол. зі СМГ та контрольна група – 24 чол. з основної групи).

Проведене дослідження показало, що реакція ССС у студенток на різні за характером вправи є неоднаковою. Зокрема, при виконанні вправ на гнучкість та дихальні вправи із невеликою амплітудою руху реакція ССС була незначною в обох групах, що віднесло ці види вправ до вправ найнижчої інтенсивності. При виконанні вправ уже з більшою амплітудою руху, навіть якщо ці вправи були також спрямовані на розвиток гнучкості, зміни у реакції ССС і тону м'язів реєструвалися суттєвіші, що дає підстави віднести їх до вправ середньої інтенсивності. До середньої інтенсивності можна віднести також деякі вибіркові вправи на розвиток сили. А всі присідання, махові вправи ногами, низка силових і стрибкових ЗРВ до вправ високої інтенсивності.

Дані, отримані в дослідженні, дозволили систематизувати і створити класифікацію ЗРВ за їхньою інтенсивністю. Така класифікація дає можливість індивідуально підходити до дозування навантаження у відповідності до завдань, що вирішуються. Характерною особливістю ЗРВ є те, що вони легко піддаються дозуванню. А поступово збільшуючи амплітуду і швидкість рухів, ступінь напруження, кількість повторень, змінюючи вихідні та робочі положення, ми можемо підвищувати вплив вправ на організм.

Однак, при відхиленнях у здоров'ї, збільшення інтенсивності вправ не завжди є прийнятною, особливо на початковому етапі. Тому, важливим є використання складних за своєю структурою вправ, але низькою інтенсивністю. Оскільки, залучаючи значну кількість ланок опорно-рухового апарату, можна так скомпонувати вправу, щоб мати можливість варіювати її інтенсивність, одночасно здійснюючи різнобічний вплив на організм. А це особливо важливо на заняттях зі студентами з відхиленнями у здоров'ї.

Отримані результати дозволяють грамотно спланувати і скомпонувати комплекс вправ для вирішення різноманітних завдань, зокрема, для занять зі студентами СМГ, при цьому уміло керуючи об'ємом та інтенсивністю навантаження.

#### **Список використаних джерел**

1. Петренко К. Г., Славик М. І. Уніфікація вимог при проведенні загальнорозвиваючих вправ на кафедрах теорії і методики гімнастики та фізичної реабілітації культури. Сучасні проблеми розвитку теорії та методики гімнастики : зб. наук. пр. Львів, 2000. С. 46–47.
2. Плахтій П. Д., Плахтій Д. П. Фізіологія людини. Обмін речовин та енергозабезпечення м'язової діяльності в запитаннях, завданнях і відповідях : навчальний посібник. Кам'янець-Подільський: ПП "Медобори-2006", 2013. 464 с.
3. Сосіна В. Різновиди класифікацій вправ для загального розвитку. Перспективи розвитку фізичної культури і спорту в Україні : матеріали XI Всеукр. наук.-практ. конф. Львів, 2017. С. 19–26.



НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ,  
ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ  
ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ**

Матеріали  
Міжнародної науково-практичної конференції

Оригінал-макет видавництва Львівського торговельно-економічного  
університету

Підписано до друку 15.06.2020 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.