

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL CONFERENCE**

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА ПРАВО: СТРАТЕГІЧНІ
ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**ECONOMICS, ACCOUNTING, FINANCE AND LAW:
STRATEGIC DEVELOPMENT PRIORITIES
IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 6
Part 6**



**5 грудня 2019 р.
December 5, 2019**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ
INTERNATIONAL SCIENTIFIC-PRACTICAL
CONFERENCE**

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА ПРАВО:
СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ В
УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**ECONOMICS, ACCOUNTING, FINANCE AND
LAW: STRATEGIC DEVELOPMENT PRIORITIES
IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION**

**Збірник тез доповідей
Book of abstracts**

**Частина 6
Part 6**

**5 грудня 2019 р.
December 5, 2019**

**м. Полтава, Україна
Poltava, Ukraine**



УДК 33
ББК 65

Економіка, облік, фінанси та право: стратегічні пріоритети розвитку в умовах глобалізації: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 5 грудня 2019 р.): у 10 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2019. Ч. 6. 59 с.

У збірнику тез доповідей представлено матеріали учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Економіка, облік, фінанси та право: стратегічні пріоритети розвитку в умовах глобалізації» з:

Азербайджанський технічний університет

Академія державної пенітенціарної служби України

Барановичський державний університет

Белорусський національний технічний університет

Білоцерківський національний аграрний університет

Брестський державний технічний університет

Брестський державний університет імені А. С. Пушкіна

Відокремлений структурний підрозділ «Костянтинівський коледж Луганського національного аграрного університету»

Відокремлений структурний підрозділ «Новокаховський коледж» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Вінницький національний аграрний університет

Вінницький національний технічний університет

Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

ВНЗ «МТУ «Миколаївська політехніка»

ВП НУБіП України «Ірпінський економічний коледж»

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Дніпровський національний університет залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ДННУ «Академія фінансового управління»

Донбаська державна машинобудівна академія

Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Донецький національний університет імені Василя Стуса

Запорізький національний університет

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

Інститут прокуратури та кримінальної юстиції ім. Ярослава Мудрого

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

Київський національний лінгвістичний університет

Київський національний торговельно-економічний університет

Київський національний університет будівництва і архітектури

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Київський національний університет технологій та дизайну

Київський університет імені Бориса Грінченка

Кременчуцький льотний коледж Харківського національного університету внутрішніх справ

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

Криворізький економічний інститут ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Криворізький національний університет

Луцький національний технічний університет
Львівський інститут банківської справи
Львівський національний університет імені Івана Франка
Львівський торговельно-економічний університет
Межрегіональна академія управління персоналом
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
Миколаївський національний аграрний університет
Миколаївський національний університет ім. В. О. Сухомлинського
Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. акад. С. Дем'янчука
Науково-дослідний інститут вивчення проблем злочинності НАПрН України
Національна академія статистики, обліку та аудиту
Національний авіаційний університет
Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»
Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Національний транспортний університет
Національний університет «Львівська політехніка»
Національний університет «Одеська морська академія»
Національний університет «Острозька академія»
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Національний університет водного господарства та природокористування
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова
Національний університет фізичного виховання і спорту України
Національний університет харчових технологій
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого
Одеська національна академія зв'язку ім. О. С. Попова
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
ОРІДУ НАДУ при Президентові України
ПВНЗ «Буковинський університет»
Полтавська державна аграрна академія
Полтавський інститут бізнесу
Полтавський юридичний інститут Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого
Сумський національний аграрний університет
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Тернопільський національний економічний університет
Торговельно-економічний коледж Київського національного торговельно-економічного університету
Ужгородський національний університет
Уманський національний університет садівництва
Університет митної справи та фінансів
Університет державної фіскальної служби України
Університет економіки та права «КРОК»
Університет митної справи та фінансів
Харківська державна академія дизайну і мистецтв
Харківський гуманітарний університет «Народна українська академія»
Харківський інститут ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом»
Харківський навчально-науковий інститут ДВНЗ «Університет банківської справи»
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова
Харківський національний університет радіоелектроніки
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Херсонський національний технічний університет
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут
Хмельницький національний університет
Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова
Черкаський державний бізнес-коледж
Черкаський державний технологічний університет
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича**

У збірнику тез доповідей висвітлюються результати наукових досліджень з актуальних питань економіки, обліку, фінансів та права.

Тематика конференції охоплює актуальні проблеми: економічної теорії та історії економічної думки; світового господарства і міжнародних економічних відносин; економіки та управління національною економікою; економіки та управління підприємствами; національної безпеки та оборони в умовах кризових явищ; економіки сільського господарства і АПК; екологічної економіки і сталого розвитку; економіки торгівлі та послуг; економіки промисловості; економіки природокористування; підприємництва, торгівлі та біржової діяльності; розвитку продуктивних сил і регіональної економіки; інновацій та інвестиційної діяльності; демографії, економіки праці, соціальної економіки і політики; туризму та готельно-ресторанної справи; бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту; фінансів, банківської справи, страхування; математичних методів, моделей та інформаційних технологій в економіці; економічної кібернетики; маркетингу; менеджменту; публічного управління та адміністрування; правового забезпечення державного управління та місцевого самоврядування; історії та теорії держави та права, філософії права; конституційного права, муніципального права, міжнародного публічного права; цивільного права та процесу, сімейного права, житлового права, міжнародного приватного права; господарського права та процесу; трудового права та права соціального забезпечення; екологічного, земельного та аграрного права; адміністративного права та процесу, фінансового права, інформаційного права; кримінального права, кримінально-виконавчого права, кримінології, кримінального процесу, криміналістики; міжнародного публічного права та міжнародного приватного права.

Видання розраховане на науковців, викладачів, працівників органів державного управління, студентів вищих навчальних закладів, аспірантів, докторантів, працівників державного сектору економіки та суб'єктів підприємницької діяльності.



ЗМІСТ
CONTENTS

СЕКЦІЯ 19. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ SECTION 19. ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES	8
<i>Кобилянський М. О.</i> КООПЕРАЦІЯ – ЯК ОСНОВНИЙ РЕГУЛЯТОРНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ	8
<i>Гребельна А. Д., Мороз С. Е.</i> РОЗВИТОК ЕКСПОРТУ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ	9
<i>Поштар М. М.</i> ОЦІНКА СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ АКЦІЙ В УКРАЇНІ	12
<i>Уварова А. Є.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	15
<i>Фреюк О. В., Власенко Ю. А.</i> ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ.....	16
<i>Фреюк О. В., Волошенко О. А.</i> ОСОБЛИВОТІ ВИБОРУ ЕЛЕКТРОННОЇ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ В E-COMMERCE	18
<i>Фреюк О. В., Долинна А. В.</i> ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФЛЮЕНСЕРІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ..	20
<i>Фреюк О. В., Дядечко Д. В.</i> СУТНІСТЬ КУР'ЄРСЬКОЇ ДОСТАВКИ ПРИ ЗАМОВЛЕННІ В ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖІ	22
<i>Фреюк О. В., Кандул Є. В.</i> ВИКОРИСТАННЯ ВЕБ-ЗАСТОСУНКУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАМИ.....	24
<i>Фреюк О. В., Кисленко О. О.</i> MOBILE-COMMERCE В ТОРГІВЛІ ХХІ СТОЛІТТЯ	26
<i>Фреюк О. В., Сухомлинова Ю. О.</i> SEO ОПТИМІЗАЦІЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ	28
<i>Фреюк О. В., Куля Д. В.</i> ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ І ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОКУПЦІВ В ІНТЕРНЕТ – МАГАЗИНАХ.....	30
<i>Христенко Т. І.</i> ЗАКОНОДАВЧІ РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В УКРАЇНІ ОСТАННІХ РОКІВ	31

<i>Якименко А. М., Новікова М. В.</i> ФОНДОВА БІРЖА ТА УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПОРТФЕЛЕМ	33
<i>Янчук Т. В.</i> МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	35
СЕКЦІЯ 20. ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ SECTION 20. ECONOMIC THEORY AND HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT.....	37
<i>Корнілов Д. С.</i> СУТНІСТЬ РИЗИКУ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ.....	37
<i>Костенюк Ю. Б., Тукіла К. Л.</i> ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА В СИТУАЦІЇ З РИЗИКАМИ.....	38
<i>Осіпова Л. В., Монастирський Д. В.</i> ДЕРЖАВНА СИСТЕМА ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ГОЛОВНА СКЛАДОВА СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ	40
<i>Юрченко В. С., Захарків Т. І.</i> МИТНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ.....	43
<i>Шевченко О. О.</i> ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ БОРОТЬБИ З БІДНІСТЮ.....	45
СЕКЦІЯ 21. ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО SECTION 21. INFORMATION LAW	46
<i>Щурікова А. П.</i> ПРАВОВА ПРИРОДА ТА МІСЦЕ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРАВА В СИСТЕМІ ПРАВА.....	46
СЕКЦІЯ 22. ЕКОНОМІКА ПРОМИСЛОВОСТІ SECTION 22. ECONOMICS OF INDUSTRY	47
<i>Карпінська Г. В.</i> ПРИНЦИПИ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ .	47
<i>Петрик В. Л.</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ	49
СЕКЦІЯ 23. ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ SECTION 23. PUBLIC MANAGEMENT AND ADMINISTRATION.....	51
<i>Антохов А. А., Максимюк Т. В.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ ОПТИМАЛЬНИХ УМОВ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ, ЯК ЗАПОРУКА ФОРМУВАННЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ	51

Гордієнко І. В.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА 52

Самборська О. В.

ДЕРЖАВНЕ РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ 54

Tomalia T. S., Synicka K. V.

PROBLEMS OF GENDER POLICY IN UKRAINE 56

Федоришина О. В.

БЮДЖЕТНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ 58

СЕКЦІЯ 19 ||| **ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ**
SECTION 19 ||| **ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES**

УДК 334.73:349.422.28

Кобилянський М. О.

аспірант,

Уманський національний університет садівництва

**КООПЕРАЦІЯ – ЯК ОСНОВНИЙ РЕГУЛЯТОРНИЙ МЕХАНІЗМ
РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНОЇ СФЕРИ**

Ринкові умови господарювання, лібералізація економіки призвели до зростання фінансових ризиків багатьох господарюючих суб'єктів, які успішно нівелюються за рахунок реалізації державних програм, що призвело до позитивних зрушень в поліпшенні їх фінансового стану. Для аграрного сектора економіки необхідна цілісна наукова концепція формування фінансових аспектів системи регуляторних механізмів розвитку підприємницької діяльності на основі державного регулювання та фінансової підтримки сільськогосподарських товаровиробників, яка сприяла б ефективному формуванню і використанню фінансових ресурсів галузі, з урахуванням прогресивних технологій виробництва та науково-обґрунтованих організаційно-правових суб'єктів господарювання.

Проведений аналіз діяльності суб'єктів господарювання аграрного виробництва області свідчить, що їх подальший розвиток за сучасних умов можливий лише за умов реформування дрібнотоварних сільськогосподарських товаровиробників шляхом сільськогосподарської кооперації. До того ж, сільськогосподарська кооперація в Україні з кінця 19 століття – це унікальний світовий досвід реорганізації потенціалу без будь-яких зовнішніх інвестицій [1]. Кооператив є добровільним об'єднанням осіб, які задля забезпечення власних соціальних, економічних та інших потреб провадять сукупну господарську та іншу діяльність [2].

Відродження кооперативного руху – найважливіший напрям розвитку вітчизняної аграрної галузі. Дана тенденція повинна охопити організацію функціонування кооперативів для переробки сільгосппродукції фермерських і особистих підсобних господарств, постачальницьких і збутових, а також кредитних кооперативів. Їх створення сприятиме підтримці дрібнотоварних сільськогосподарських товаровиробників, акумуляції їх ресурсного потенціалу. Виробничі кооперативи – це нова економічна інституція на селі, що дасть змогу вирішити проблему відсутності фінансових ресурсів у сільськогосподарському виробництві (особливо в дрібнотоварному).

Розвиток кооперативного руху в сільському господарстві області потребує вирішення багатьох питань. Одне з них, що потребує системного підходу у його вирішенні, це питання укрупнення дрібних господарств і кооперації особистих підсобних господарств. У свою чергу, при вирішенні питань організаційної форми кооперації в аграрному секторі економіки області, необхідно керуватися основними принципами:

- добровільність у спільній співпраці;
- збереження господарської самостійності господарюючого суб'єкта, що входять до кооперативного об'єднання;
- матеріальна зацікавленість суб'єкта господарювання його працівників у розвитку і підвищенні ефективності виробництва;
- нарощування виробництва і реалізації продукції, поліпшення її якості, зростання продуктивності праці і зниження собівартості;
- економічна доцільність створення нової організаційно-виробничої системи, спрямованої на сталий розвиток господарств;
- демократичний характер входження в нову організаційну структуру та прийняття нових нормативно-правових документів;

- виключення економічно невиправданих посередників між партнерами;
- розвиток і зміцнення виробничо-економічних зв'язків;
- усунення монопольного становища окремих господарюючих суб'єктів.

Кооперація в сільському господарстві дає більше знань та інформації, а також згуртовує виробників. Разом аграрії несуть менші витрати на виробництво. Колективний маркетинг, загальна логістика, розширення ринків збуту, спільне виробництво продукції на експорт, доступні фінанси і спільна координація дій дозволяють отримати більше прибутків.

В той же час, перехід на кооперативну модель розвитку сільського господарства, адекватного ринковим умовам господарювання потребує створення не тільки різних за своїм виробничим спрямуванням виробничих кооперативів. Це складний і тривалий період результатом якого повинна стати перебудова економічного механізму, орієнтованого на зацікавленості працюючих в усвідомленій інтенсивній праці.

В процесі проведеного дослідження доведено необхідність встановлення диференційованого відшкодування ставки за кредит. Для цього безпосередньо в кожному регіоні банки-кредитори повинні щоквартально розраховувати середньозважені ставки подорожчання кредитів за термінами кредитування і за групами позичальників. Важливе значення для цього має розрахунок середньозважених ставок подорожчання банківських кредитів. Такий розрахунок слід здійснювати за наступною методикою. Ставка подорожчання за кредитом, як правило, різниться за ставку, що обумовлена в кредитному договорі, оскільки за сучасних умов в багатьох комерційних банках, існує практика справляння додаткових платежів, наприклад, у вигляді комісії за надання кредиту або щомісячних комісій за обслуговування позикової заборгованості. Даний показник може розраховуватися у відсотках річних за наступною формулою:

Список літератури

1. Історія кооперативного руху в Україні Зародження кооперативного руху в Україні // <http://coop.at.ua/index/0-2>
2. Виробничий кооператив // uk.wikipedia.org/wiki
3. Чому вітчизняні фермери рахують урожай в центнерах, а ізраїльські – в грошах // <https://agroreview.com/news/chomu-vitchyznyani-fermery-rahuyut-urozhaj-v-centnerah-a-izrayilski-%E2%80%93-v-hroshah>
4. Ткач А.В. Сельскохозяйственная кооперация: учеб. пособие / Ткач А.А. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2005. – 364.

УДК 339

Гребельна А. Д.
здобувач вищої освіти,
Полтавська державна аграрна академія,
Мороз С. Е.
к. п. н., доцент кафедри підприємництва і права,
Полтавська державна аграрна академія

РОЗВИТОК ЕКСПОРТУ АГРАРНОЇ ПРОДУКЦІЇ

На сучасному етапі розвитку економіки України дослідження, що стосуються проблем удосконалення сільськогосподарської торгової політики і трансформації зовнішньої торгівлі, є особливо актуальними. Аграрна галузь традиційно є флагманом національної економіки: частка агропромислового комплексу у ВВП країни становить близько 17% або 340 млрд. грн. [1], більш того, у 2018 році близько 40% всього українського експорту припадало на продукцію сільгоспвиробництва.

Висока інтегрованість агропромислового комплексу України у світовий економічний простір вимагає моніторингу зовнішньої торгівлі аграрною і продовольчою продукцією з метою посилення позицій України на традиційних зовнішніх ринках (табл. 1), освоєння

нових перспективних ринків збуту, а також нарощування експорту українських товарів з високою доданою вартістю.

Таблиця 1

Динаміка експорту України з країнами СНД (тис. дол. США)

ЕКСПОРТ							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Азербайджан	766954	867593	599669	319929	247984	354653	360022
Білорусь	2231200	1983621	1624411	871448	903201	1142881	1304413
Вірменія	179231	180741	173917	101591	88925	105108	136697
Казахстан	2459544	2120031	1075440	713827	400121	372078	376662
Киргизстан	127029	134765	102724	75582	40431	34315	28607
Молдова, Республіка	819173	902772	747238	524826	481149	707609	789329
Російська Федерація	17615322	15048961	9813478	4826317	3592967	3936414	3654066
Таджикистан	100800	61335	46996	29993	25429	34092	34496
Туркменістан	527889	395284	432911	170262	109110	62140	56835
Узбекистан	436025	352061	308519	174427	142393	167109	285931

Джерело: дані Державної служби статистики України [2]

На думку експертів, європейські орієнтири відкривають нові можливості аграрному сектору України для відродження і розвитку сільського господарства, створюють додаткові переваги сільськогосподарському комплексу в умовах глобалізації економіки. Як показує аналіз, регіональна структура експорту сільськогосподарської продукції поступово змінюється. Стрімке падіння обсягів експортних поставок українських товарів до Росії, Білорусі та Казахстану – найбільших торговельних партнерів України наочно показано на рис. 1.

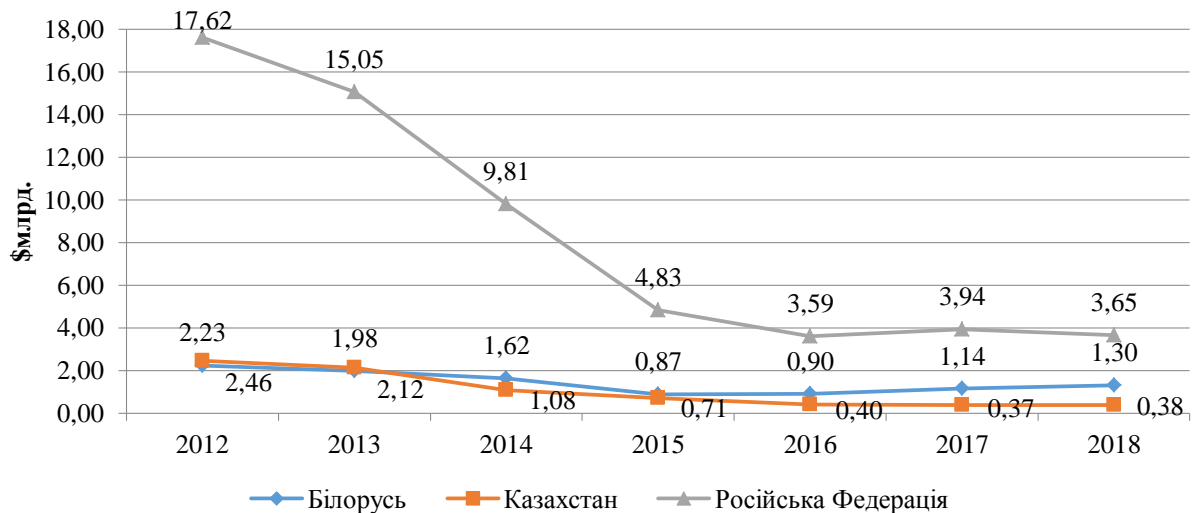


Рис. 1. Структура експорту, млрд. дол. США

Джерело: дані Державної служби статистики України [2]

За інформацією Державної фіскальної служби України у 2018 році частка країн СНД у зовнішній торгівлі України знизилася до 15%, тоді як у 2017 році цей показник становив 23% [3]. Тривалий час експорт України був орієнтований переважно на країни ближнього зарубіжжя. Сьогодні Україна у країни пострадянського простору поставляє менше однієї десятої частки експортованої сільськогосподарської продукції. Протягом останніх п'яти років ці поставки зменшилися більш ніж у 3 рази, в основному, за рахунок скорочення експорту на російський ринок майже на 2 мільярди доларів США. Очевидно, що негативна тенденція у зовнішній торгівлі з Росією буде тривати.

На сьогоднішній день основними партнерами України на пострадянському просторі залишаються Білорусь, Казахстан, Республіка Молдова. На тлі істотного скорочення

зовнішньої торгівлі з країнами СНД цілком логічними виглядають зусилля України щодо розвитку торговельних відносин з країнами ЄС, Азії та США.

У 2018 році взаємна торгівля сільськогосподарською продукцією між Україною та Європейським Союзом встановила рекорд, наблизившись до 9,0 млрд. дол. США, що на 11,4% перевищило показник 2017 року. Державною службою статистики України у 2018 році зафіксовано 357 країн – зовнішньоекономічних партнерів України. При цьому експорт здійснювався у 176 країн, а імпорт – у 177 [2]. Важливо відзначити, що зовнішньоторговельний оборот сільськогосподарської продукції України у 2018 році склав 23,6 млрд. дол. США або 19,7% всього зовнішньоторговельного обороту України, збільшившись порівняно з 2012 р. на 3,24% (рис. 3).

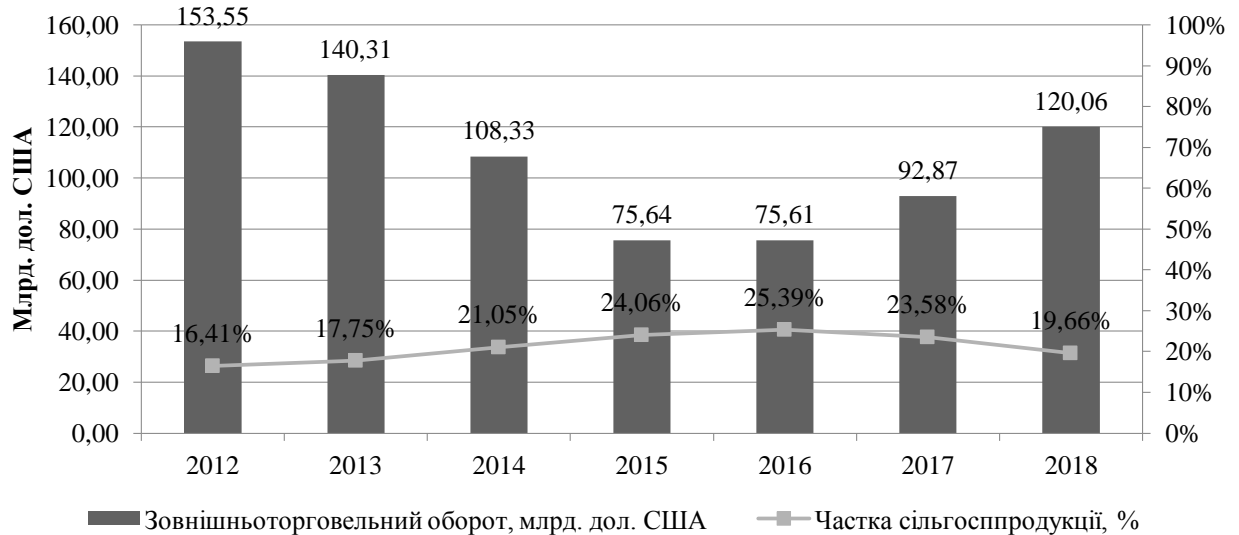


Рис. 3. Частка сільгосппродукції у зовнішньоторговельному обороті України
Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [2]

І ще один суттєвий аспект. З початку 2000 року вартість експорту української аграрної продукції зросла у десять разів з 1,8 млрд. дол. США у 2001 році до 18,6 млрд. дол. США – у 2018 році. При цьому його частка у структурі експорту товарів підвищилася у три рази з 11,8% до 39,3% [2]. При цьому загальні обсяги експорту товарів з України за вказаний період зросли лише у 2,9 рази: з 163 млрд. дол. США до 473 млрд. дол. США (рис. 4).

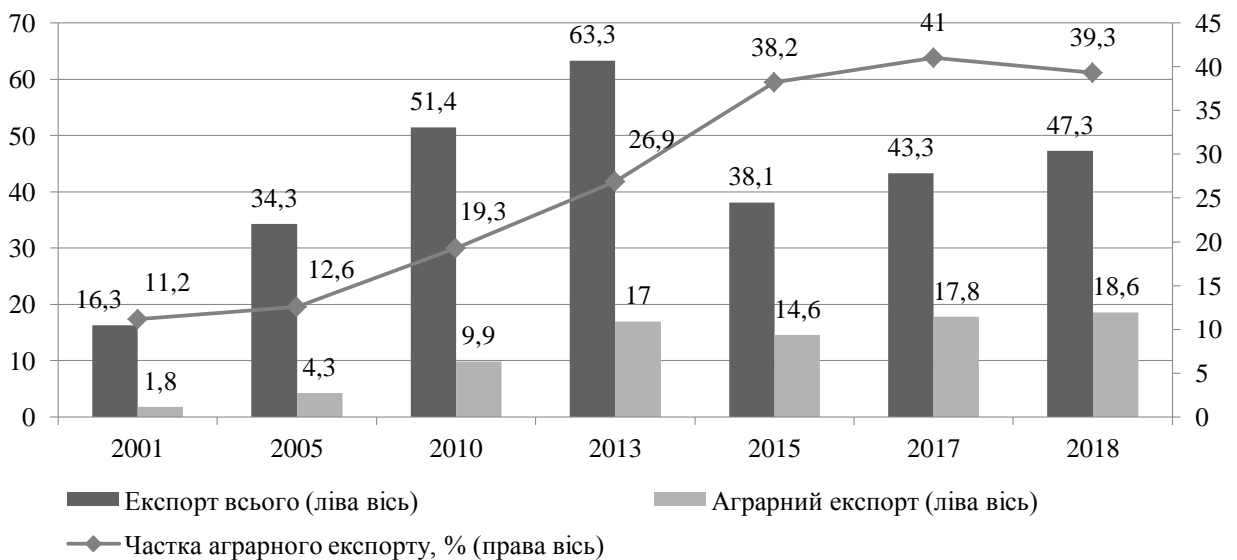


Рис. 4. Динаміка обсягів державного експорту України
Джерело: розраховано за даними Державної служби статистики України [2]

За оцінками науковців Інституту аграрної економіки, вирішальним для сумарного зростання експорту продукції АПК в 2018 році стало збільшення обсягів поставок у два ключових регіони – Азію і Європейський Союз [4].

Оскільки формування і реалізація експортного потенціалу відіграє значну роль у забезпеченні сталого розвитку національної економіки, у перспективі зовнішньоторговельна стратегія України має бути спрямована на збільшення експортного потенціалу, зростання позитивного зовнішньоторговельного сальдо, оптимізацію імпорту і підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності.

Список літератури

1. Частка АПК у ВВП країни досягла 17%, – прем'єр : веб-сайт. URL: <http://hubs.ua/news/dolya-apk-v-vvp-strany-dostigla-17-prem-er-138501.html> (дата звернення: 01.12.2019).
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 01.12.2019).
3. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України веб-сайт. URL: <http://sfs.gov.ua> (дата звернення: 03.12.2019).
4. Офіційний сайт Національного наукового центру «Інститут аграрної економіки» веб-сайт. URL: <http://www.iae.org.ua/> (дата звернення: 03.12.2019).

УДК 336.7

Поштар М. М.
здобувач вищої освіти,
Університет державної фіскальної служби України
Науковий керівник:
Вергулюк Ю. Ю.
к. е. н, доцент кафедри фінансових ринків,
Університет державної фіскальної служби України

ОЦІНКА СТАНУ РОЗВИТКУ РИНКУ АКЦІЙ В УКРАЇНІ

Ринок акцій є частиною фондового ринку. Саме він є однією з основних складових української економіки та є індикатором розвитку фінансової системи країни. Низький розвиток ринку цінних паперів України знижує конкурентоспроможність держави в отриманні міжнародних інвестицій, акумуляції вільних грошових коштів та зростанню економіки країни в цілому. Зараз постає потреба в детальному дослідженні та аналізі ринку цінних паперів задля виявлення проблем його функціонування та обґрунтування напрямів щодо стимулювання розвитку. Серед вітчизняних науковців, які працюють в цьому напрямі слід виділити Н. Л. Гавкалову [2], О. Ю. Шутееву [2], Д. С. Богача [3].

Ринок акцій регулюють такі нормативні акти: Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку формування та реалізації дивідендної політики держави» [4]; Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» [5]; Закон України «Про акціонерні товариства» [6]; Податковий кодекс України [7] та інші.

Розглянемо динаміку тенденції ринку акцій України. Упродовж 2014-2018 років Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку зареєстровано випусків акцій на загальну суму 1 385,06 млрд грн. У 2018 році обсяг випуску акцій сягнув свого мінімуму за останні п'ять років і становив 22,28 млрд грн. (рис. 1).

Аналіз ринку цінних паперів в Україні засвідчує змінну динаміку його розвитку. Це показують значення обсягів торгівлі в період з 2014 по 2018 роки. Ми бачимо на рис. 1, що обсяг випусків акцій в 2018 році значно зменшився порівняно з 2017 роком. Фактичні значення не відповідають пороговим, що є негативним сигналом для інвесторів.

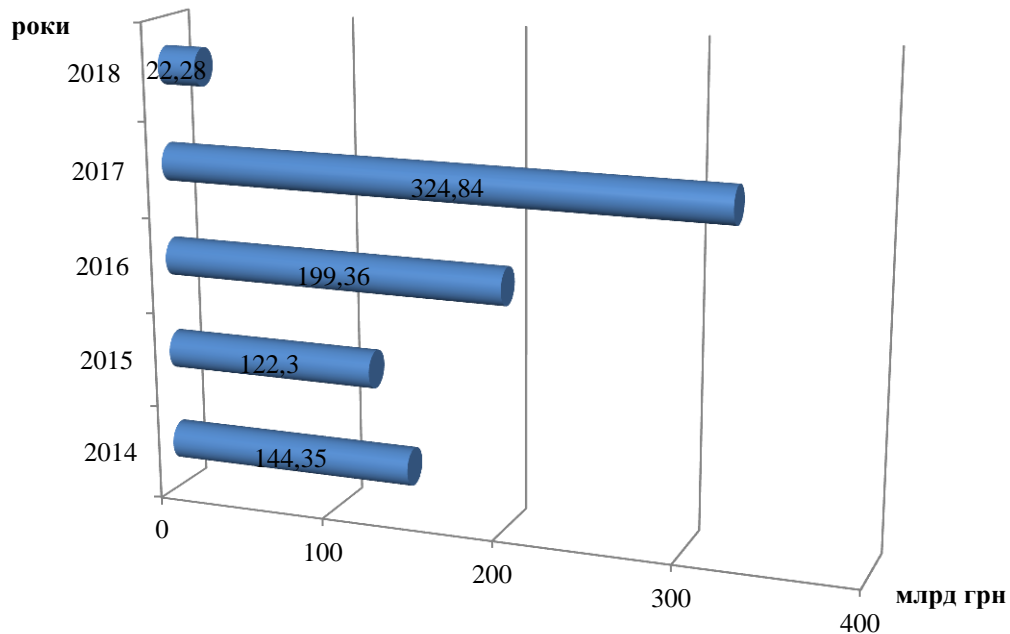


Рис. 1. Обсяг зареєстрованих Комісією випусків акцій у 2014 – 2018 роках
Джерело: [1]

Перелік підприємств, які зареєстрували найбільші за обсягом випуски акцій, наведено в таблиці 1. Обсяг емісії акцій цих емітентів становив 91% від загального обсягу випусків акцій, зареєстрованих Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку. Основними емітентами акцій були банки, що здійснювали емісії з метою докапіталізації.(табл. 1).

Таблиця 1

№ з/п	Найменування емітента	Обсяг емісії, млн грн	Частка у загальному обсязі емісій акцій, %
1	АТ «СБЕРБАНК»	11600,00	52,07%
2	АТ «ВТБ БАНК»	2580,00	11,58%
3	ПАТ «НАЦІОНАЛЬНА СУСПІЛЬНА ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЯ УКРАЇНИ»	2544,27	11,42%
4	АТ «БАНК КРЕДИТ ДНІПРО»	1173,08	5,27%
5	АТ «БАНК ФОРВАРД»	663,02	2,98%
6	ПАТ «БАНК ВОСТОК»	523,11	2,35%
7	АТ «ГАСКОМБАНК»	420,00	1,89%
8	ПАТ «ЧУМАК»	350,44	1,57%
9	АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК»	350,00	1,57%

Джерело: [1]

Розглянувши табл. 1 ми бачимо, що основними емітентами акцій були всього дев'ять підприємств. Ними було розміщено 91 % акцій. І всього тільки 9 % припадає на інші підприємства. Можна сказати, що ринок акцій слаборозвинений та монополізований.

Обсяг торгів акціями на ринку цінних паперів у 2018 році зменшився на 37,1% порівняно з 2017 роком та становив 79,62 млрд грн (рис.2). Зменшення обсягу торгів акціями відбулося за рахунок продовження роботи з очищення фондового ринку та підвищення прозорості біржового сегменту.

На рис. 2 видно, яка маленька частка обсягу торгів акціями ринку цінних паперів відносно всіх обсягів торгів на ринку цінних паперів.

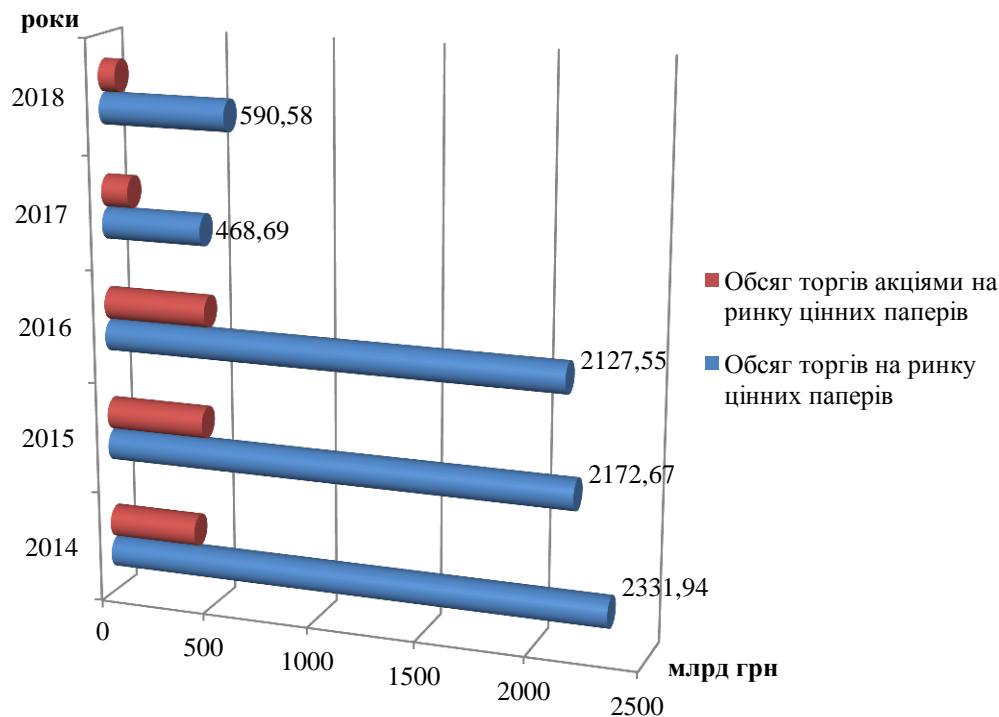


Рис. 2. Обсяг торгів акціями на ринку цінних паперів у 2014 – 2018 роках
Джерело: [1]

Отже, ринок цінних паперів України є важливою складовою української економіки та показником розвитку всієї фінансової системи країни. Проаналізовані показники характеризують ситуацію на фондовому ринку України як достатньо складну. Динаміка функціонування українського фондового ринку залишається невітнішою: скорочуються обсяги торгівлі, мізерна частка торгівлі акціями. Емісія акцій є безстроковою та найбільш дешевою формою кредитування, але на ринку акцій є декілька проблем. По-перше, захист інвесторів від фінансових злочинців, а по-друге, слабка інфраструктура ринку. За наведеними діаграмами ми можемо побачити, як сильно зменшився випуск акцій у 2018 році. Тому, якщо приділити більше уваги цим проблемам, наприклад, укріпити законодавчу базу, а також ввести більш високі стандарти для вітчизняних учасників, одним словом підвищити якість своєї роботи, то емісію акцій можна буде збільшити в декілька разів.

Список літератури

1. Річний звіт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку за 2018 рік. URL: https://www.nssmc.gov.ua/wp-content/uploads/2019/08/zvit_2018.pdf
2. Ринок цінних паперів: особливості та фінансове забезпечення його функціонування : монографія / Н. Л. Гавкалова, О. Ю. Шутеева. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 184 с.
3. Богач Д. С.Сучасний стан фондового ринку України / Д. С. Богач // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія : Економіка і менеджмент. – 2016. – № 1. – С. 128-136. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsuem_2016_1_17
4. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку формування та реалізації дивідендної політики держави". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/ru/702-2007-%D0%BF/conv>
5. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15/ed20180307/paran194>
6. Закон України «Про акціонерні товариства». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
7. Податковий кодекс України. URL: <http://sfs.gov.ua/nk/>

УДК 005.932

Уварова А. Є.

аспірант кафедри міжнародної економіки та менеджменту ЗЕД,
Харківський національний економічний університет імені С. Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У зв'язку з інтеграцією вітчизняних підприємств у світовий торговий простір, впровадження логістичної концепції управління підприємством набуває все більшої популярності, як одного з ефективних інструментів оптимізації матеріальних, фінансових, інформаційних та інших видів потоків. Проте, незважаючи на те, що питання впровадження логістики на торгових підприємствах мають широку популярність як серед вітчизняних, так і серед іноземних науковців, методичний базис логістичної діяльності торговельного підприємства досі залишається чітко не сформованим, що обґрунтовує актуальність даної роботи.

Результати проведеного дослідження дозволили зробити висновок, що логістична діяльність може бути представлена двома групами функцій, а саме функціями, що пов'язані з рухом товарно-матеріальних цінностей та підтримкою їх у належному стані (фізичний розподіл продукції, переміщення товарів та ін.; вантажно-розвантажувальні роботи, організація складського господарства, збереження, сортування, упакування, маркування продукції та ін.), а також функціями, що носять супроводжувальний і координаційний характер (аналіз ринкового середовища, обґрунтування місця розташування виробничих і складських приміщень та ін.).

Виділення у складі логістичної діяльності функцій, пов'язаних з рухом і перетворенням товарно-матеріальних цінностей та управлінських функцій дозволяє розглянути останні з точки зору прийняття управлінських рішень, що в науковій літературі виділено як логістичні рішення за рівнем впливу (стратегічні, тактичні, операційні) та періодом реалізації (довгострокові, середньострокові, короткострокові) [1]. Такий підхід Є. В. Крикавський піддає критиці та вказує на неможливість його використання для дослідження логістичної діяльності. Слід погодитися з зауваженнями дослідника в частині періоду реалізації логістичних рішень та поставити під сумнів використання цієї класифікації у практиці господарювання. Проте щодо рівня рішень, що відповідають завданнями логістики (загальним, поточним, локальним) вважаємо доцільним такий їх розподіл та актуальним для забезпечення результативності логістичної діяльності.

З огляду на зміст рішень до оперативних управлінських рішень відносять ті, що пов'язані із забезпеченням поточної діяльності підприємства та організацією логістичних потоків у реальному часі, зокрема прийняття рішень за результатами моніторингу поставок та переміщення товарно-матеріальних цінностей, координації потоків платежів за придбані та реалізовані товари й послуги, надання оперативної інформації про результати діяльності логістичної системи за рівнями управління [1]. Тактичні управлінські рішення у логістиці пов'язані з упорядкуванням міжфункціональних зв'язків на підприємстві, а саме плануванням закупівель, транспортного господарства, складської та збутової діяльності, розподілом матеріальних ресурсів за підрозділами з огляду на результативність логістичної діяльності підприємства за звітний період часу. Рівень прийняття управлінських рішень стратегічного характеру передбачає перевірку логістичної діяльності підприємства на предмет відповідності її результатів цілям підприємства з подальшим вдосконаленням підсистем логістичної діяльності господарюючого суб'єкта з огляду на результати стратегічного аналізу ринків постачання та споживання.

Трансформація матеріального потоку від етапу постачання до збуту становить основу для розгляду логістичної діяльності з огляду основних фаз його перетворення. Дотримуючись цього підходу Крикавський Є.В. подає логістику трьома блоками: логістика

постачання, виробництва та збуту. Згідно з позицією автора під логістикою постачання слід розуміти комплексне планування, управління та фізичне опрацювання потоку матеріалів та відповідного інформаційного потоку; логістика виробництва включає управління процесами від виробництва до передавання продукції до сфери збуту; логістика збуту – управління переміщенням готових виробів до замовника (покупця) [2, с. 161].

Таким чином, виходячи з наведеного трактування логістичні функції представлені двома їх видами, про що відзначено раніше: перший – функціями, що безпосередньо пов'язані з переміщенням товарно-матеріальних цінностей, другий – функціями управління (управління постачанням, виробництвом, збутом), що, на нашу думку, можуть бути подані сукупністю функцій прогнозування, планування, оцінювання. Відзначимо, що на етапі збуту рух матеріального потоку не завершується. В разі повернення товару й тари, утилізації упаковки, тощо рух матеріального потоку має зворотний характер, що зумовлює існування логістики зворотних потоків. Таким чином, структуризація логістичної діяльності за фазами змінення матеріального потоку надає можливість виокремити такі її функціональні сфери як закупівельна, виробнича, збутова та реверсивна логістика.

Крім того, слід зауважити, що спираючись на результати проведеного дослідження вважаємо, що найбільш повно суть логістичної діяльності господарюючого суб'єкта надає розгляд її не тільки за функціонального підходу, а і за процесного, які доповнюють один одного в частині уточнення суб'єкта та змісту (функціональний), послідовності та результату здійснення (процесний) логістичних операцій. Також вважаємо, що у розумінні сутності логістичної діяльності значущим є виділення операційних та управлінських функцій логістики, поєднання яких забезпечує досягнення цілі логістичної діяльності – реалізацію логістичного міксу, що у загальному виді формується як доведення до споживача необхідного товару необхідної якості та кількості у необхідне місце та час з мінімальними витратами [3].

Список літератури

1. Федотенков Д.Г. Функции логистической деятельности как двигателя рыночной экономики / [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/funktsii-logisticheskoy-deyatelnosti-kak-dvigatelya-rynочноy-ekonomiki>.
2. Крикавський Є.В. Від планування логістики до логістичного планування / Є.В. Крикавський, І Петецьки, І.С. Рикованова // Вісник Хмельницького національного університету, 2009, № 5. Т.3. – С. 160-16.
3. Сток Д.Р. Стратегическое управление логистикой / Д.Р. Сток, Д.М. Ламберт. – М.- ИНФРА-М, 2005. – 797 с.

УДК 658.88:[044.738.5:339

Фреюк О. В.

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Власенко Ю. А.

студентка 3 курсу,
Київський національний торговельно-економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТІЖНИХ СИСТЕМ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

З кожним роком кількість покупок в електронній торгівлі зростає. Статистика покупок в інтернет-магазинах за 2018 показує, що 22 млн українців мають доступ до інтернету, з них купують онлайн 31%(6,9млн). Найпопулярнішими інтернет-магазинами в Україні є: Prom.ua, OLX.ua, Rozetka.com.ua, Aliexpress.com, Comfy.ua, MakeUp.ua. Приблизно 45% онлайн-користувачів хоча б раз купували товари через соціальні мережі – Facebook, Instagram [1].

Для організації інтернет-торгівлі необхідно потрібні інструменти, які б дали змогу оплачувати покупки в онлайн-режимі, тим самим роблячи процес максимально зручним і для клієнта, і для продавця. Саме для цього потрібні платіжні системи. Платіжна система – це набір платіжних інструментів, банківських процедур, міжбанківських систем переказу коштів, поєднання яких забезпечує грошовий обіг разом з інституційними й організаційними правилами та процедурами, що регламентують використання цих інструментів і механізмів [3].

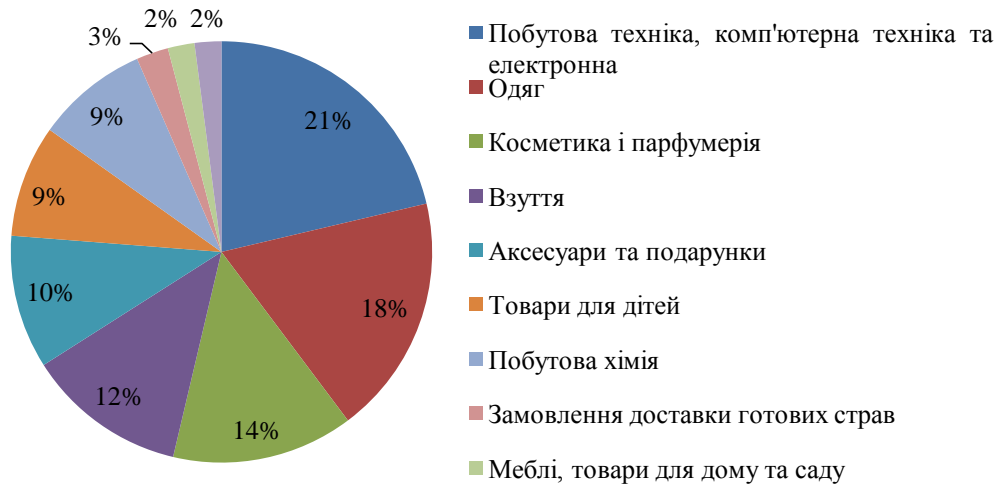


Рис. 1. Товари, що найчастіше купують в Інтернеті

Джерело: [2]

Найчастіше використовують такі платіжні системи як: WayForPay, LiqPay, PayPal, Paymentwall, Myscommerce, Stripe, Fondy. За даними НБУ безготівкові операції за допомогою безконтактних та токенизованих карток разом становлять майже третю частину від загальної кількості та обсягу безготівкових операцій з використанням платіжних терміналів (30% та 29% відповідно). Поширення безконтактних платежів зумовлено тим, що це безпечно, швидко та зручно. Скориставшись статистичними даними НБУ, то станом на 1 липня 2019 року в Україні на 1 млн постійного населення припадало 8 тис. од. платіжних терміналів. Повернімося до порівняння одних із платіжних систем, зазначених вище [2].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика найпопулярніших платіжних систем в Україні

Платіжна система	Комісія	Безпека	Підключення
WayForPay	Підключення до сервісу безкоштовне. За платежі - 2,5%, для компаній і сфери туризму – 2,2%. При поверненні коштів комісія не стягується.	Використовують захисну технологію 3-D Secure. Є власна антифрод система, яка поєднує автоматичну і ручну перевірку підозрілих транзакцій.	Сервіс інтегрується за допомогою API; Компанії, які не мають своїх програмістів, можуть використовувати готові платіжні модулі під популярні CMS-конструктори сайтів.
LiqPay	2,75% - з торгової точки при зарахуванні коштів, при оплаті картами VISA та MasterCard будь-якого банку.	У платника запитують дані карти, операція підтверджується одноразовим паролем (SMS на ваш мобільний номер) або за допомогою 3-D Secure.	Система надає перелік публічних API для прийому платежів. Можна використовувати вже готову платіжну html-кнопку в розділі «Бізнес».

Джерело: створено авторами на основі [3], [4]

З розвитком електронної торгівлі на ринок України входять нові платіжні системи. Так 25 листопада 2019 року НБУ ухвалив рішення про узгодження умов та порядку діяльності в Україні міжнародної платіжної системи Transfast, яка є восьмою міжнародною платіжною

системою в Україні, платіжною організацією якої є нерезидент. Дана система надає послуги в 125 країнах світу.[6] Також НБУ зареєстрував ще одну платіжну систему – «Юапей». Union Pay International (Китай)– ще одна платіжна система, яка почне свою діяльність в Україні. Прихід цієї нової платіжної системи дасть новий поштовх для підвищення рівня якості фінансових послуг та розвитку ринку платіжних систем. В Україні скоро розпочне свою діяльність одна з п'яти найбільших платіжних систем світу за обсягами випущених платіжних карток та операцій з оплати товарів та послуг – японська JCB.JCB вийде на ринок України за підтримки ПриватБанку [4].

PayPal – велика і найпопулярніша електронна платіжна система, яка працює в 200 країнах і дозволяє робити покупки в 19 млн інтернет-магазинів. Система дуже зручна для роботи з американським ринком. Але на відміну від Росії, в Україні функціонал системи обмежений. Це означає, що можна прив'язати свої карти до акаунту, платити з прив'язаної карти і робити покупки на іноземних сайтах, наприклад, eBay. Але не можна перевести в готівку кошти, перевести на іншу карту або рахунок, отримати переказ. Але в країнах, де функціонал PayPal працює, можна завести три типи рахунків [4]:

– особистий – для переказів між іншими особистими акаунтами і оплати послуг на суму до 500 доларів у місяць;

– преміальний – для великих онлайн-угод та продажу власних товарів на eBay;

– бізнес-рахунок – для комерційних компаній з розширеним пакетом послуг і правом доступу до рахунку декількох менеджерів.

UPayPal є програма захисту продавців та покупців. Програма захисту для ритейлерів поширюється і на нематеріальні товари – включаючи туристичні послуги і квитки. Щоб скористатися нею, потрібно зберігати підтвердження відправки та доставки товарів, які продає магазин. У разі спору по нематеріальних товарах продавець повинен надати суду докази, що замовлення було виконано:

– дата надання товару або послуги;

– адреса одержувача або імейл;

– ір-адреса і т.д.

Отже, провівши дослідження платіжних систем в Україні, можна зробити висновок, що це якісні інструменти за допомогою яких можна робити покупки в мережі Інтернет швидко, безпечно та з мінімальною комісією в будь-якій країні світу.

Список літератури

1. Златьєва Д. Електронний рік: підсумки українського e-commerce за 2017-й [Електронний ресурс] / Дарья Златьєва. – 208. – Режим доступу до ресурсу: <https://tau.ua/novyni/novini-kompanij/e-commerce-2017/>.

2. Онлайн-шопінг: як і щоукраїнці купують в інтернеті [Електронний ресурс]–Режим доступу до ресурсу: <https://www.segodnya.ua/economics/enews/onlayn-shopping-kak-pokupayut-v-ukraine-i-v-mire-1162017.html>

3. Суть, значення та загальні засади функціонування платіжних систем в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://pidruchniki.com/10561127/finansii/sut_znachennya_zagalni_zasadi_funktsionuvannya_platizhnih_sistem_ukrayini

4. Найпопулярніші платіжні системи України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://biz.censor.net.ua/resonance/3121553/naypopulyarnsh_platjn_sistemi_ukrani

УДК 658.88:[044.738.5:339

Фреюк О. В.

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Волошенко О. А.

студентка 4 курс,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОТІ ВИБОРУ ЕЛЕКТРОННОЇ ПЛАТІЖНОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ РОЗРАХУНКУ В E-COMMERCE

Інтернет став потужним посередником в міжнародній торгівлі. Міжнародні операції з товарами та послугами трансформуються по всьому ланцюгу поставок. Інтеграція

інформаційно-комунікаційних технологій у глобальні бізнес-операції представляє собою нові можливості та проблеми для бізнесу, урядів країн, споживачів та міжнародних організацій.

Електронна комерція є головним фактором економічного зростання як в розвиненій економіці, так і в економіці, що розвивається. Низька вартість Інтернет-контрактів дає змогу компаніям усіх розмірів розширити свої закордонні продажі за допомогою електронної комерції. Але все це не має сенсу без електронних платіжних систем, які роблять можливим ведення електронної комерції. Правильний вибір електронних платіжних систем спрощує та робить дешевшою в обслуговуванні операцію, що дозволяє прискорити надходження оборотних коштів, зменшити витрати при меншому навантаженні та заощадити на обслуговуванні.

Багато дрібних інтернет-магазинів, використовуючи поштову послугу та приймаючи кредитні картки, знайшли можливим виконання домашніх замовлень з невеликим персоналом. Більшість фірм, які продають в Інтернеті, приймають оплату за кредитними картками, виданими банками інших країн. American Express, Visa, MasterCard та Discover є одними з найбільш часто використовуваних платіжних систем у всьому світі в інтернет-магазинах.

У багатьох європейських країнах люди віддають перевагу специфічним карткам для країн, наприклад, Carte Bleue у Франції. Є багато компаній, які спеціалізуються на обробці платежів від міжнародних клієнтів. Один з популярних варіантів оплати - PayPal, стороння послуга, яка обробляє платежі з кредитних карток клієнтів та банківських рахунків та передає гроші продавцю. PayPal набуває все більшої популярності серед невеликих фірм, що продають в Інтернеті іноземним покупцям, оскільки вони не беруть на себе ризик збирати платіжну інформацію покупця. Одною з переваг PayPal, наприклад, є те, що він гарантує оплату продавцю.

Щодо України варто зазначити, що грошовий оборот інтернет-торгівлі невеликий, якщо порівнювати з розвиненими країнами Західної Європи. За підсумками 2017 року його оцінили в 1,92 млрд доларів США. Проте, обсяг української інтернет-торгівлі в грошовому вираженні швидко зростає. У 2016 році наша країна стала одним зі світових лідерів з показником 31%. Причинами для швидкого збільшення грошового обороту українського e-commerce є перехід класичного ритейлу в онлайн і збільшення кількості інтернет-користувачів в країні.

Одним із успішних проєктів, що були створені в Україні у сфері інтернет-банкінгу є Приват24, чиїми послугами користуються понад 6,3 млн осіб. Ця система дозволяє отримувати доступ та керувати платіжними картками клієнта (випущеними не лише ПриватБанком, а й іншими українськими банками). Більше того, для доступу в Приват24 використовуються два паролі – постійний, встановлений особисто клієнтом, і динамічний, для підтвердження операцій в системі. Динамічний пароль кожного разу генерується новий і приходиться в SMS на телефон. Тим самим в даному інтернет-банкінгу забезпечена багаторівнева система безпеки.

Основною перевагою використання Приват24 є інструменти LiqPay та BankID. LiqPay – українська платіжна система, яка дозволяє створювати миттєві перекази між рахунками LiqPay, приймати платежі, переказувати гроші та виводити кошти на картки системи Visa або будь-яку картку Приватбанку за допомогою мобільного телефону, Інтернету і платіжних карток у всьому світі. BankID – це спосіб електронної автентифікації громадян за допомогою їхніх даних в банку, де вони обслуговуються. Щоразу, коли особа бажає скористатися електронною послугою, портал формує електронний запит до банку, де особа є клієнтом, для отримання її персональних даних. Це може бути ПІБ, паспорт, ІПН, адреса, електронна пошта та інші дані – залежно від порядку надання конкретної електронної послуги. На підставі отриманих даних і проводять електронну автентифікацію особи.

Одним з найголовніших конкурентів Приват24 є Ощад24/7. Ощад24/7 дозволяє отримати доступ, керувати платіжними картами клієнта в режимі реального часу створювати шаблони платежів, переглядати виписку по рахунку за вільний період та

випустити віртуальну платіжну карту для розрахунків в мережі інтернет. Доступ до системи може бути здійснений як через Web-версію так і через мобільні додатки.

При виборі платіжних систем власники онлайн бізнесу стикаються з ризиком шахрайства. Відповідно до Звіту про Інтернет-шахрайство Cybersource, американські торговці відкидають утричі більше міжнародних замовлень (7,7%), ніж внутрішні замовлення (2,4%). Останнім часом був досягнутий успіх у зменшенні шахрайства в Інтернеті; міжнародна ставка шахрайства з електронною комерцією для американських торговців знизилася із середнього показника 2008 року – 4,0% від загальних онлайн-замовлень, до 2,0% у 2009 році. Можливість повернення платежів, тобто процес, коли банк-емітент картки вимагає відміни зборів від імені власника картки, є одним з найбільш складних аспектів платежів електронною комерцією. На повернення платежів припадає майже 50% вимог про шахрайство (інша половина – це вимоги, пред'явлені власником картки до банку-емітента, який потім видає власний кредит на рахунок). Через обсяг долара, який бере участь у шахрайстві, фірми з кредитних карт відіграють активнішу роль у процесі посередництва при поверненні платежів. Компанія Cybersource повідомляє, що торговці виграють близько 42% суперечок з поверненням платежів з компаніями з кредитними картками.

Список літератури

1. Звіт про шахрайство у сфері електронної комерції за 2019 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cybersource.com/en-us>
2. Інтернет-банк Приват24 [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://privatbank.ua/udalennyi-banking/privat24>.
3. Інтернет-банк Ошад24/7 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.oshadbank.ua/ua/private/web_bank_ng.<http://bankid.org.ua/>
4. Сайт електронної автентифікації громадян [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://bankid.org.ua/>

УДК 659.118:[004.738.5:339]

Фреюк О. В.

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Долинна А. В.

студентка,

Київський національний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФЛЮЕНСЕРІВ В ЕЛЕКТРОННІЙ ТОРГІВЛІ

Електронна торгівля для підприємців дає неймовірні можливості заробити на хвилі попиту, що зростає. До кінця 2019 року загальний обсяг продажів інтернет-магазинів у всьому світі, за прогнозами, повинен досягти позначки в 2 трильйони доларів США. Зростання, порівняно з 2017 роком, складе + 6%. Просто задумайтеся над цією цифрою – вона вражає.

Майже половина всіх продажів у сфері e-commerce, за підсумками 2017 року, припадає на Китай (47%). У грошовому вираженні це приблизно 900 мільярдів доларів. Таким чином, ця країна посяде перше місце в світі за рівнем продажів в інтернет-комерції, посунувши з цього місця США [1].

Соціальні мережі на сьогоднішній день є безумовним атрибутом успішної та сучасної людини, що для електронної торгівлі є цільовою аудиторією. Перегляд новин, пошук інформації, товарів і послуг, перевірка пошти та спілкування – уже стало невід'ємною частиною Інтернет-життя.

Однак, хоч люди і живуть у світі соціальних мереж, вони так само, як і в реальному житті, мають потребу у спілкуванні, отриманні порад та досвіду. Одним із таких каналів комунікації та продажу в Інтернеті є блогосфера.

У 2017 році, кількість людей, зареєстрованих в соціальних мережах по всьому світу досягала 3,2 млрд осіб. В Україні близько 21,4 млн користувачів Інтернету. Згідно з даними компанії Research & Branding Group на початку 2019 року трійкою найбільш популярних соціальних мереж в Україні є: Facebook (50%), Youtube (30%) та Instagram (27%) (рис. 1) [2].

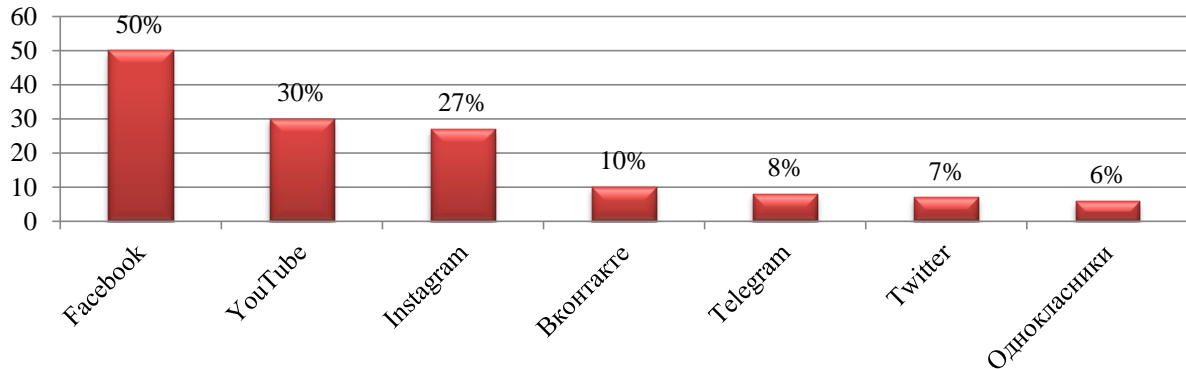


Рис. 1. Найбільш популярні соціальних мережі серед українців

Статистика показує, що найактивнішими користувачами Instagram за віковими категоріями є особи: 18-29 років – 53%; 30-49 років – 25%; 50-64 років – 11%; 65+ років – 6% (рис. 2) [3].

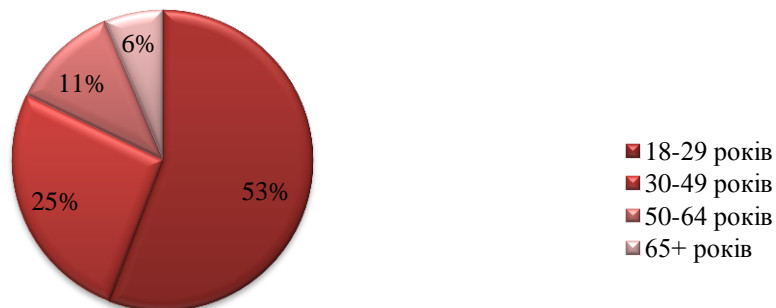


Рис. 2. Активність користувачів Instagram різних категорій

Сьогодні не потрібно бути відомим політиком, суспільним діячем або журналістом, щоб мати вплив на суспільство і його цінності.

Інфлюенсерами є особи, які залучають цільову аудиторію, стають для неї основним джерелом новин і каналом реклами. Коли у популярного блогера з'являється пост-реклама про певний товар – інтерес глядача зростає з величезною швидкістю. Наведемо результати двох опитувань:

1. За даними маркетингового агентства «Aum», близько 70% глядачів YouTube віком від 13 до 19 років довіряють блогерам більше, ніж зіркам з екрану. Дана категорія включає представників «покоління Z» – людей, які не уявляють життя без гаджетів, швидко обробляють інформацію і довіряють інтернет-експертам. Інфлюенсери здаються їм «простішими», ближчими. [4].

2. Опитування «покоління Alpha» – дітей віком від 6 до 16 років, в США та Великобританії показало, що серед 4000 респондентів більшість купують товар, яким користуються їх улюблені блогери Instagram та YouTube [5].

Блогінг розвивається з високою швидкістю. Раніше публікаціями були звичайні зображення з підписами, однак зараз на цьому почали заробляти, «розкручуючи» свої акаунти та залучаючи підписників. Багато блогерів та магазинів у соціальних мережах уже

zareestruvalisia u Derzhavnomu reestri yak fizichni osobi-pidpriemci (FOП), вони отримують дохід від своєї діяльності та офіційно сплачують податки.

Власник невеликого бізнесу, який планує розширюватися і просуватися за допомогою соціальних мереж повинен використовувати, так званий, маркетинг впливу. Influence-маркетинг стає все більше затребуваним методом просування брендів. Правильно підібраний інфлюенсер, дає змогу потрапити в потрібну цільову аудиторію. Така реклама позитивно діє на глядача, адже тут товар не нав'язують, а рекомендують з власного досвіду.

Щодо цікавих кейсів, які підтверджують успішність просування за допомогою лідерів мереж, можна привести приклад McDonald's, який ще з 2017 року запускає інфлюенс-проекти. Так званий «Біг Мак баттл» поширився просторами Instagram на початку 2019 року [6]. Блогери-мільйонники поширювали інформацію, щодо нового смаку бургера, проводили опитування серед підписників і навіть відбувся офлайн-захід, де визначили, що ж обирає споживач. Метою було не лише створення уваги навколо новинки чи підтримка класичного смаку бургера. Привернення уваги в мережі, голосування, а також блогери, які по дві сторони батлу – створили активність покупців, які спробували обидва варіанти та обрали для себе найкращий.

Отже, спостерігаючи за тим, як лідери думок впливають на свідомість людей можна говорити про неабияку ефективність їх роботи. Досить довгий час блогери можуть налаштовувати комунікації з аудиторією, вивчати статистику, створювати цікавий контент. Однак, в якості каналу реклами інфлюенсери є інструментом, який здатний вплинути на вибір тих, хто за ними спостерігає.

Список літератури

1. Федоричак В. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі в 2019 році [Електронний ресурс] / Володимир Федоричак // Lemarbet. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>.
2. Рейтинг популярності соціальних мереж в Україні [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rbc.ua/ukr/news/sostavlen-reyting-populyarnosti-sotsialnyh-1555070035.html>.
3. Instagram в Україні росте швидше, ніж Facebook – дослідження [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.prostir.ua/?kb=instagram-v-ukrajini-roste-shvydshe-nizh-facebook-doslidzhennya>.
4. Яськів С. Соціальне явище «Інфлюенсер» [Електронний ресурс] / Соломія Яськів. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [<https://impactlab.media/2019/05/30/influensery/>].
5. Будина Л. Покоління Alpha [Електронний ресурс] / Людмила Будина. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://retailers.ua/news/management/9500-pokolenie-alpha--deti-ot-ot-6-do-16-let-kotoryie-sledyat-za-influenserami-i-znayut-chto-takoe-amazon-prime>.
6. Шевченко Т. Как продвинуть новинку с помощью битвы блогеров [Електронний ресурс] / Татьяна Шевченко. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://mmr.ua/show/kak_prodvinty_novyyu_produktsiyu_s_pomoshtyuu_bitvy_blogerov.

УДК 005.912:656.874:[004.738.5:339]

Фреюк О. В.

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики
Київський національний торговельно-економічний університет,

Дядечко Д. В.

студентка,
Київський національний торговельно-економічний університет

СУТНІСТЬ КУР'ЄРСЬКОЇ ДОСТАВКИ ПРИ ЗАМОВЛЕННІ В ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖІ

Ще не так давно всі покупки здійснювалися в гіпер- і супермаркетах, люди скуповували великі упаковки товару і платили за нього готівкою. Зараз все більше споживачів купують онлайн, а в звичайних магазинах користуються касами самообслуговування, де розраховуються карткою або за допомогою смартфона. Замість реклами по загальнонаціональним телеканалам все більшої ваги набуває локальна реклама та нові стимули для здійснення покупок, наприклад, кешбек, промо-акції і т.д. Одночасно розвивається доставка їжі і готових продуктів [1].

Обрана тема дослідження є актуальною через свою новизну та темпи розвитку на ринку України та світу загалом. Мова йде про сервіси онлайн-замовлень із ресторанів, а не про послуги доставки, які надає певний ресторан на своєму особистому сайті. Дана робота присвячена таким кур'єрським доставкам, які представлені та успішно працюють в Україні. Оскільки люди у сучасному все частіше замовляють їжу додому, такі програми для онлайн-замовлень, як «Glovo», «Uber Eats», «Eda.ua» тощо ввійшли в загальне використання та є звичними майже для кожного. Популярністю такі сервіси користуються не тільки через попит споживачів, а й ще через бажання самих підприємств, які не проти заробити онлайн.

Сервіси з власної доставкою надають користувачам більш широкий вибір ресторанів і страв: від фаст-фуду до преміальних ресторанів, які традиційно не доставляють страви на домівку. Незважаючи на більш високі витрати з обслуговування транспорту і заробітої плати водіїв, комісія складає близько 30% з замовлення. Такий спосіб є дуже зручним, тому можна прогнозувати, що частка таких замовлень буде рости (рис. 1) [2].

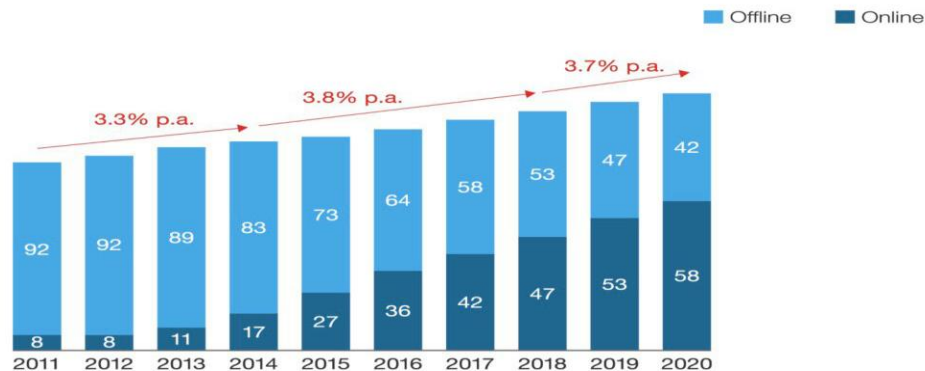


Рис. 1 Перспективи світового ринку доставки їжі. Джерело: McKinsey

Такий тип послуг на ринку України відносно недовго. Найпершим, серед вищезазначених сервісів, в країні почав працювати сайт «Eda.ua» - 2014 року, згодом «Glovo» - 2018 року, а «Uber Eats» лише 2019 року. Незважаючи на те, що програма «Glovo» в Україні працює лише 2 роки, частка завантажень додатків сервісів доставки їжі у Glovo становить близько 82%, а у двох інших досліджуваних програм 18% [3].

Для того, щоб оцінити плюси і мінуси такої системи, необхідно знати як така доставка працює та в чому вигода самих засновників та партнерів. Бізнес-модель таких компаній будується на двох головних платежах – комісія від партнерів сервісу (закладів харчування), а також плата за доставку, яку сплачує клієнт. Такі онлайн сервіси надають безліч переваг, оскільки це збільшує обсяг ринку послуг з доставки та створює додаткові робочі місця. Однак ці новації можуть нести й потенційні ризики, яким зазвичай не надають значної уваги [4].

Для закладів харчування спеціалізовані онлайн сервіси надають такі переваги як збільшення продажів, залучення більшої кількості клієнтів, вихід на новий ринок, відсутність необхідності розширення ресторану і збільшення кількості посадкових місць тощо. Виходячи з цього, вигода від доставки їжі дійсно вражає, адже потенціал обсягу замовлень в закладі в основному обмежений тільки здатністю самого ресторану задовольнити попит, а завдяки онлайн ресурсам, набагато більше людей зможуть насолодитися їжею, ніж просто клієнти в приміщенні. Оскільки люди завжди набувають все нові звички, вони часто можуть робити замовлення тільки в ресторані, зазначеному в списку додатків служби доставки, тому для підприємств важливо врахувати цей фактор та почати співпрацю з сервісами онлайн-доставки [5].

Як вже говорилось вище, для своєї діяльності і для оплати роботи кур'єрів такі сервіси беруть відсотки від замовлень у своїх партнерів-закладів. Цей відсоток компанії зазвичай відмовляються розголошувати, посилаючись на комерційну таємницю, але за даними Forbes, у США цей відсоток складає 30% від замовлення. В Україні він приблизно такий самий. На думку економістів, у майбутньому це може призвести до поступового

банкрутства ресторанів, адже сервіс не дозволяє їм компенсувати комісію підвищенням вартості їжі на доставку [4].

Отже, цього року ринок доставки їжі збільшився в Україні на 14% і вже перевищив 25 мільйонів доларів. Загалом в Україні півтора мільйона жителів, які користуються цією послугою. За оцінками експертів, вже за три роки кількість замовлень збільшиться на третину. Найбільшими прихильниками такого сервісу є Китай та США. [6] Такий спосіб доставки має свої плюси та мінуси, але на мою думку, такий сервіс буде розвиватись через попит споживачів та його зручність для користувачів. До прикладу можна привести історію доставки піци, де хлопець в Америці подолав близько 700 км, щоб доставити страву родині в інший штат, які не змогли самостійно дістатись туди через стан здоров'я. В Україні частка доставки складає приблизного 1% від всього ринку громадського харчування, але у перспективі за наступні кілька років вона може збільшитися до 5%.

Список літератури

1. Симоненко К. Дослідження Nielsen: що хочуть українці від онлайн і офлайн-покупок [Електронний ресурс] / Константин Симоненко // Асоціація Рітейлерів України. – 2611. – Режим доступу до ресурсу: <https://gau.ua/novyni/nielsen-shho-hochut-ukrayintsi/>.
2. Обзор рынка доставки готовой еды [Електронний ресурс] // журнал «All retail». – 2910. – Режим доступу до ресурсу: <http://allretail.ua/topics/57158/>.
3. Юрасов С. Доставка еды в Украине [Електронний ресурс] / Стас Юрасов // Liga.Tech. – 2309. – Режим доступу до ресурсу: <https://tech.liga.net/technology/article/dostavka-edy-v-ukraine-nekotorye-kurery-zarabatyvayut-55-000-grn-v-mesyats>.
4. Міняйло Н. Як насправді працюють Glovo і UberEats, та як ці компанії впливають на розвиток міста [Електронний ресурс] / Наталія Міняйло // Київський міський журнал «Хмарочос». – 603. – Режим доступу до ресурсу: <https://hmarochos.kiev.ua/2019/03/06/yak-naspravdi-pratsuyut-glovo-ta-ubereats-ta-yak-vony-vplyvayut-na-rozvytok-mista/>.
5. Пушкін Ю. В чем выгода услуги доставки еды для заведений общепита? [Електронний ресурс] / Юрій Пушкін // Національний Банк Новин. – 909. – Режим доступу до ресурсу: <https://nbnews.com.ua/otdykh/2019/09/09/v-chem-vygoda-uslugi-dostavki-edy-dlya-zavedenii-obshchepita/>.
6. Українці стали частіше замовляти їжу додому [Електронний ресурс] // Телевізійна Служба Новин. – 2811. – Режим доступу до ресурсу: <https://tsn.ua/groshi/ukrayinci-stali-chastishe-zamovlyati-yizhu-dodomu-1450668.html>.

УДК 044.738.1/5:339.371.4

Фреюк О. В.

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Кандул Є. В.

студентка,

Київський національний торговельно-економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ВЕБ-ЗАСТОСУНКУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАМИ

Великі продукти вимагають ретельний підбір технологій та інструментів для розробки. В багажі сучасних веб-технологій їх більш ніж достатньо для будь-якого рішення. Якщо десять років тому сайт можна було вважати чимось єдиним та цілим, то сьогодні це чітко поділені частини, кожна з яких вимагає ряд технологій та спеціалізованих працівників. Популярність та зручність всевітньої павутини спровокувала рушійний поштовх для розвитку Web-технологій.

Створюються нові інструменти для розробки, мови програмування, фреймворки, що дозволяють розробляти дивовижні речі, які можна використовувати через вікно браузера. Всі провідні розробники програмного забезпечення стараються розробити Web версії своїх продуктів для бізнесу, комунікації та розваг суспільства.

По мірі розвитку Інтернету бізнес-компанії почали прискіпливіше ставитися до того, як вони представлені суспільству. Для цього потрібно було приділяти більше уваги клієнтській частині веб-аплікації. Доводилось витрачати багато часу для написання каскадних таблиць стилів та клієнтського JavaScript, щоб зробити сайт цікавішим та складнішим. Ці події дали поштовх для розподілення розробки на частини. Саме тоді стали розділяти розробників

прикладної та клієнтської частини. В той час, як розробники прикладної частини акцентують свою увагу на закулісній магії, розробники клієнтської частини роблять все для приємної взаємодії користувача з сайтом.

Великий вплив на розвиток веб-технологій внесла поява різноманітних фреймворків та бібліотек. Це супроводжує тенденцію перенесення логіки аплікації з серверної частини в клієнтську. Можна розглядати це, як програмування прикладної частини в клієнтській. Однією з причин популярності такого підходу є зниження навантаження серверної частини, шляхом перенесення логіки на клієнтську. Зменшуються витрати на серверне забезпечення, так як обчислювальні роботи переносяться на сторінку клієнтського браузера.

Ці фактори вплинули на колосальний прорив у розвитку та популярності клієнтських технологій, невід'ємним інструментом яких стає JavaScript. Незважаючи на те, що JavaScript, наразі, є однією з найпопулярніших мов програмування в Інтернеті, з середини 2010 року почали створювати гібридні веб-застосунки. Гібридні застосунки імітують досвід користування мобільних застосунків, і потребують завантаження з Appstore. Як такі, зберігаються не на сервері, а на диску пристрою. Комбінація розмітки, стилівта скриптових мов дозволяє створювати довільні інтерактивні елементи керування без використання закритих систем на зразок Flash. Частково виконуючись у мобільному браузері (наприклад WebView), гібридні застосунки не мають URL, але мають доступ до апаратного забезпечення пристрою.

Часто гібридні застосунки створюються за допомогою фреймворку ApacheCordova.

В 2015 дизайнер ФранцесБерріман та розробник GoogleChromeАлекс Рассел створили термін «ProgressiveWebApps», щоб описати застосунки що використовують нові функції сучасних браузерів, такі як ServiceWorkers та маніфести, і дозволяють користувачам встановлювати веб-застосунки, так як застосунки першого класу в своїй рідній ОС. Згідно документації GoogleDevelopers, поступові веб-застосунки мають наступні ознаки:

Поступові (англ. Progressive) – працюють для будь-якого користувача, незалежно від вибору браузера, бо побудовані за принципом поступового поліпшення.

Адаптивні (англ. Responsive) – добре відображаються на будь-якому форматі пристрою: робоча станція, мобільному, планшеті чи будь-якій іншій формі що може з'явитись.

Незалежні від з'єднання (англ. Connectivityindependent) – ServiceWorkers дозволяють працювати офлайн чи на мережах з низькою швидкістю.

Схожі на застосунки (англ. App-like) – користувачу вони здаються рідними застосунками, і мають подібні взаємодії та навігацію.

Свіжі (англ. Fresh) – завжди оновлені, завдяки процесу оновлення в технології serviceworker.

Безпечні (англ. Safe) – передаються через HTTPS для попередження перехоплення і певності що контент не підроблено.

Виявні (англ. Discoverable) – ідентифікуються як «додатки» завдяки маніфестам W3Cта області реєстрації сервіс-воркерів, що дозволяє пошуковим машинам їх знайти.

Можуть повторно задіюватись (англ. Re-engageable) – спрощують повторні взаємодії завдяки функціям на зразок пуш-повідомлень.

Можуть встановлюватись (англ. Installable) – дозволяють користувачам додавати додатки які вони вважають корисними на свій робочий стіл без мороки з Appstore.

На них можна посилатись (англ. Linkable) – можуть просто пересилатись за допомогою URL і не потребують складного процесу установки.

Тим не менш, якою б популярною, оптимізованою та сучасною ця технологія не була, вона все одно має деякі недоліки. Такі як :

1. Дещо повільне перше завантаження ресурсу, пов'язане з тим, що інформація про сайт має зберегтись у кеш пристрою.

2. Обмежений загальний розмір застосунку. Зумовлений тим, що для різних пристроїв та браузерів існують різні обмеження на об'єм кешу веб-застосунків: наприклад, до 6% вільної пам'яті пристрою для GoogleChrome, до 10% – для Firefox, до 50 МБ – для мобільної версії Safari. Оскільки вільне місце на пристрої індивідуальне для кожного користувача, то

загальний розмір ресурсу (включаючи зображення і скрипти) необхідно максимально оптимізувати.

3. Складність впровадження технології на існуючий сайт.

4. Під час роботи з PWA у браузері очищення його кешу призведе до неможливості роботи з сайтом офлайн до наступного з'єднання з інтернетом.

5. Значна частина функцій PWA не працює у режимі «інкогніто» браузера.

Список літератури

1. Розробка веб-застосунків [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://webstudio2u.net/ua/site-develop/641-razrabotka-veb-prilozheniy.html>.

2. Безсерверні веб-застосунки на Python з використанням Lambda і Flask [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://dou.ua/lenta/articles/serverless-python/>.

3. We transform ideas into digital products [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://otako.yi.ua/uk>.

4. Поступовий веб-застосунок [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу до ресурсу: https://en.wikipedia.org/wiki/Progressive_Web_Apps

5. Progressive Web [Електронний ресурс] – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://cod>

УДК 044.738.5:339"20"

Фреюк О. В.

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Кисленко О. О.

студентка 3 курсу,
Київський національний торговельно-економічний університет

MOBILE-COMMERCE В ТОРГІВЛІ XXI СТОЛІТТЯ

Світ стає цифровим. І електронна комерція – це важлива складова такого перетворення. Чим більш розвинена економіка країни – тим більше стає об'єм ринку онлайн-торгівлі. Це особливо добре простежується на прикладі країн Заходу, а в останні роки зовсім справедливо і для України.

В світовому масштабі ніша e-commerce за підсумками 2017 року показала вражаюче зростання +16%, при цьому досягнувши об'єму 1.5 трильйонів доларів. А ринок України в контексті зростання і перспектив є одним з найбільш привабливих. На відміну від багатьох європейських країн, Уанету до рівня насичення ще дуже далеко [1].

Електронна торгівля в цілому зростає вражаючими темпами. Не залежно від того де ви перебуваєте, помітити закономірність не займе багато часу - практично всі розмовляють по своїх гаджетах. Люди витрачають більше часу і грошей на смартфони, ніж будь-коли раніше.

У 2015 році кількість запитів з мобільних девайсів в Google остаточно і безповоротно перевищила кількість звернень з комп'ютерів. Тоді ж компанія Google, коментуючи цю знакову подію, зазначила, що світ на порозі нової ери – ери Мобайл. І вона, звісно, мала рацію. Смартфон вже став центром життя людей. А мобільну комерцію експерти взагалі називають майбуттям бізнесу [2].

Говорячи про цифри то понад 1,2 мільярда людей у всьому світі мають доступ до Інтернету зі своїх смартфонів, а до Інтернет-магазинів доступ зі своїх гаджетів мають від 30% до 50% користувачів [3].

Мобільна комерція охоплює сфери, які реалізуються за допомогою мобільних цифрових терміналів або інформаційних технологій. До них відносяться: мобільна торгівля, мобільні фінансові послуги, мобільний трейдинг, мікроплатежі і платежі за комунальні послуги, а також різні платні послуги, наприклад, юридичні, з розробки додатків для мобільних терміналів та ін.

В 2017 році покупки в інтернеті займали шосте місце серед найбільш популярних активностей у користувачів мобільних пристроїв після соціальних мереж, перегляду відео та новин і т.д. А число digital-покупців за даними Statista в 2017 році склало 1,66 млрд осіб.

За останні 20 років сегмент мобільної комерції дуже виріс, поступово досягаючи обсягу продажів e-commerce.

Все більше брендів адаптують свої веб-сайти для мобільних пристроїв, забезпечуючи омніканальність клієнтського досвіду: від офлайн-магазину до мобільної версії сайту, додатків і навіть прогресивних веб-додатків.

При цьому головне завдання ритейлера полягає в тому, щоб конвертувати кількість кліків на мобільному сайті в реальні покупки товарів. Цьому сприяють ряд додаткових можливостей m-commerce рішень:

- релевантний пошук на сайті – 68% споживачів оцінюють пошук потрібних товарів як «дуже важливий» для здійснення покупки;
- якісний контент – для 59% клієнтів важлива якість зображень продукту;
- інтеграція online-покупок з доставкою в магазин – двоє з трьох покупців зробили online-покупку з доставкою в фізичний магазин протягом останніх трьох місяців;
- багатоканальність продаж – для трьох з чотирьох споживачів важливі опції покупки як в інтернеті, так і в офлайн-магазині, доставка в день замовлення і можливість перевірити запас товарів в різних каналах [4].

За даними дослідження Google, близько 57% відвідувачів онлайн-магазинів на мобільному не влаштовує дизайн, в тому числі й відсутність оптимізації під різні екрани смартфона. Розробники e-commerce-рішень все частіше переходять на підхід mobile first, думаючи спершу про потреби клієнта зі смартфоном, а потім розширюють можливості онлайн-магазину для користувачів планшетів і ПК [4].

Середній американець щодня проводить на смартфоні більше чотирьох годин, перевіряючи його по 150 разів. Це еквівалентно двом місяцям в році, витраченим на прокрутку, прив'язку і покупки.

Приблизно 4 з 5 американців в даний час є онлайн-покупцями, причому більше половини роблять покупки за допомогою мобільного пристрою.

Наведемо цікаві статистичні дані з приводу використання m-commerce [5]:

1. Користувачі, які мають негативний досвід у мобільному магазині, мають на 62% менше шансів купити тут в майбутньому.
2. Кількість споживачів що вони використовують кілька пристроїв для виконання повсякденних завдань складає - 90%, а 40% використовують свій мобільний пристрій для проведення досліджень для здійснення покупки.

До 2021 року, за прогнозами, мобільні телефони будуть домінувати в онлайн-продажах, що призведе до збільшення продажів на 54% (або 659 млрд доларів).

У міру того, як зростає досвід покупок по всіх каналах, магазини, розташовані по сусідству, будуть все більше покладатися на безконтактний маркетинг для залучення покупців.

Компанією Google були проведені дослідження, які показали, що:

1. Кількість споживачів, які переключаться з поганоспроектowanego мобільного сайту на той, який робить покупки простіше складає 73 %.
2. 69% користувачів смартфонів кажуть, що найчастіше купують у компаній, чії мобільні сайти або додатки допомагають їм легко знаходити відповіді на свої питання.
3. Залишать сторінку 40% користувачів, якщо сторінка завантажується довше трьох секунд.
4. 59% власників смартфонів відчувають себе більш сприятливо по відношенню до компаній, чії мобільні сайти або додатки дозволяють їм швидко здійснювати покупки.

Отже, знехтувати оптимізацією магазину відповідно до вподобань аудиторії – злочин щодо конверсії. Коректне відображення сайту на будь-яких пристроях – шлях до успіху Інтернет-магазину сьогодні.

Список літератури

1. Fedorychak V. Електронна комерція в Україні 2018: факти, цифри та цікава статистика [Електронний ресурс] / Volodymyr Fedorychak // AG Marketing. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://ag.marketing/elektrona-kommerciya-v-ukraini-2018/>.
2. Mobile commerce. Які перспективи і проблеми в Україні? [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://kreston-gcg.com/ua/mobile-commerce-yaki-perspektyvy-i-problemy-v-ukrayini/>.

3. 30 простих кроків для підвищення конверсії сайтів електронної комерції в 2018-2019 році Read more: <https://www.plerdy.com/ua/blog/30-steps-for-increase-conversion/> [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.plerdy.com/ua/blog/30-steps-for-increase-conversion/>.

4. Магазин в телефоні: що чекає український ритейл з розвитком мобільної торгівлі [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/m-commerce/>.

5. 22 must-know mobile commerce stats for 2019 [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.monigroup.com/article/22-must-know-mobile-commerce-stats-2019>.

УДК 044.738.1:[044.738.5:339.371.4

Фреюк О. В.

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Сухомлинова Ю. О.

студентка, 4 курсу,
Київський національний торговельно-економічний університет,

SEO ОПТИМІЗАЦІЯ ІНТЕРНЕТ МАГАЗИНУ

На сучасному етапі бізнес все більше переходить у віртуальний простір. Кожного дня все більше і більше відкриваються Інтернет-магазини та пропонують споживачам майже все. Приваблива сфера бізнесу яка потребує мінімальних затрат та приносить максимальний дохід але задля досягнення успіху потрібно правильно оптимізувати свій бізнес.

SEO-оптимізація сайту – це наповнення та покращення сайту згідно вимог пошукових систем. Тобто підгонка чи доробка сайту, з метою появи сайту на верхніх позиціях пошукової видачі.

Варто відрізнати від просування (розкрутки) сайту - комплексу робіт, який покликаний вивести оптимізований сайт в ТОПи пошукових видач. Пошукова оптимізація являється частиною таких робіт. Крім неї в просування входить рекламування ресурсу в мережі за допомогою інструментів веб-реклами та постійна робота над покращенням видимості сайту в пошукових системах.

Розглянемо методи, які застосовуються при оптимізації.

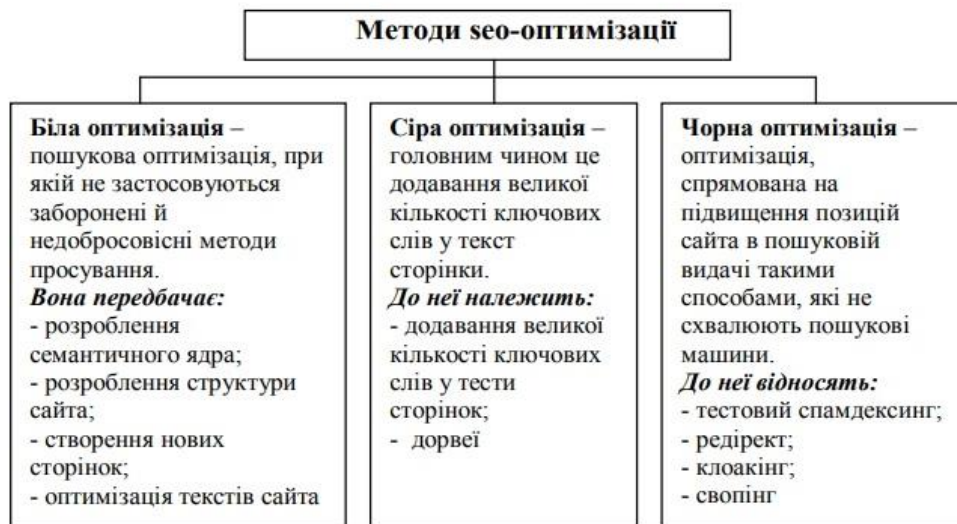


Рис. 1. Методи SEO-оптимізації

Етапи оптимізації

Оптимізацію починають з вивчення ринку, аналізу конкурентів і аудиту сайту. Тут треба вивчити дані аналітичних сервісів, проаналізувати справжні позиції сайту, оцінити його структуру, провести SEO-аудит сайту. В процесі оцінюють технічний і системне юзабіліті, аналізують сайти-лідери в актуальній тематиці. На основі цих даних складають з рекомендаціями щодо поліпшення ресурсу. Якщо всі вимоги після проведеного аудиту

будуть виконані, то сайт зможе не тільки втримати наявний трафік, але і залучити нових відвідувачів.

Головні цілі SEO:

1. Поліпшити видимість ресурсу в пошукових системах.
2. Отримати органічний трафік.
3. Підвищити конверсію онлайн-магазину.

При введенні пошукового запиту в Google користувач бачить видачу з результатами, відповідними певними ключовими словами. На перших позиціях знаходиться контекстна реклама із зеленою позначкою, далі йдуть сайти в порядку ранжирування пошукової системи. Ранжування - сортування ресурсів за спеціальними алгоритмами, що враховує зміст, зміст, формальність і інші важливі критерії майданчика.

Чим вище позиція, тим більше органічного трафіку отримує інтернет-магазин. В ідеалі він повинен увійти в ТОП-10 сайтів, розташованих на першій сторінці видачі. Звідти приходить рекордна кількість відвідувачів. В ході досліджень встановлено:

другу сторінку відкривають менше 5% користувачів, третю - близько 1%. Також має значення місце веб-ресурсу на першій сторінці видачі: до 30% трафіку дістається лідерів рейтингу.

Високі позиції стабільно і довго ведуть на майданчик масу потенційних клієнтів. В непростих умовах сфери e-commerce підприємці змушені докладати серйозних зусиль для подолання стрімко зростаючої конкуренції. Щоб компанія динамічно розвивалася, потрібно йти на випередження, бути завжди на сходинку вище конкурентів. Просування, що приваблює на сайт масу нових відвідувачів – потенційних клієнтів, лежить в основі стратегії зростання.

Більшість людей говорять що SEO не можна застосувати до сайтів електронної комерції, тому що Google відбирає кращі сайти природним шляхом і повертає їм новий трафік. Ці чутки просто не відповідають дійсності.

Якщо ви будете ігнорувати SEO, конкуренти просто відберуть весь ваш трафік, клієнтів і можливості для подальшого розвитку. Попросту кажучи, при повній відсутності просування сайту ви втратите гроші. І час. Адже справа навіть не тільки в трафіку. Трафік не завжди перетворюється в продажі і я впевнений, що багато хто з вас можуть підписатися під цими словами. В першу чергу, на SEO впливає кількість грошей які клієнти витрачають у вашому магазині.

Оптимізація швидкості завантаження сайту, настройка канонічних сторінок, усунення 404 помилок, настройка правильних посилань і робота з вихідними посиланнями – все це найважливіші критерії, за якими пошукові роботи звертають увагу на сайт і виставляють йому віртуальні оцінки. Чим вище оцінка, тим краще сайт ранжуватиметься.

Важливо довірити процес SEO професіоналам. SEO -оптимізація в Києві і інших містах країни набирає популярності в наші дні. Безліч компаній сьогодні пропонують такі послуги, а ось вибирати, до кого звернутися, потрібно зважено і серйозно. Не всі веб-студії здійснюють сео-просування якісно.

Якщо професіонали здійснюють сео-оптимізацію сайту, ціна на неї відповідно буде досить висока. Якщо вам пропонують низьку вартість, задумайтесь про якість. І до того ж, SEO -просування – це не разовий процес. Потрібно постійно діяти, дописувати контент і стежити за новими правилами від пошукових систем, що теж впливає на вартість.

Список літератури

1. Що таке SEO оптимізація сайту і як вона впливає на розвиток вашого проекту? [Електронний ресурс] // Luxsite. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://luxsite.ua/ua/chto-takoe-seo-optimizaciya-sayta-i-kak-o/>.
2. SEO-оптимізація як сучасний інструмент інтернет-маркетингу [Електронний ресурс]. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_3_63_74.pdf.
3. SEO для інтернет-магазину: для чого необхідно і як його делать [Електронний ресурс] // SEOnews. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.seonews.ru/blogs/sape/seo-dlya-internet-magazina-dlya-chego-neobkhodimo-i-kak-ego-delat/>.
4. SEO-оптимізація інтернет-магазину: значение, особенности и основные правила [Електронний ресурс] // Insales. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.insales.com.ua/blogs/blog/seo-optimizatsiya-internet-magazina>.
5. SEO для интернет-магазинов. Полное руководство [Електронний ресурс] // reffer. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://referr.ru/seo-dlya-e-commerce/>.

УДК 658.6:[044.738.5:339

Фреюк О. В.

асистент кафедри торговельного підприємництва та логістики,
Київський національний торговельно-економічний університет,

Куля Д. В.

студентка 4 курсу,
Київський національний торговельно-економічний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ І ОБСЛУГОВУВАННЯ ПОКУПЦІВ В ІНТЕРНЕТ – МАГАЗИНАХ

В епоху «ринку покупця» одним із ключових способів придбання товарів споживачами є дистанційний метод. Електронна торгівля розвивається великими темпами, а прирости товарообороту щороку вражають своїми відсотками. Розглянемо статистичні дані про користувачів електронної торгівлі в Україні та світі в табл 1.

Таблиця 1

Кількість споживачів, які проводили покупки через Інтернет-мережі за 2017 рік

	Україна, млн. осіб	Східна Європа, млн. осіб
Населення віком 15+	37,3	209
Кількість Інтернет-користувачів	21,9 (58%)	138 (66%)
Кількість Інтернет-покупців	3,7	39

Джерело: [1]

Незмінним лідером у 2018-му році на ринку електронної комерції є Китай. Загальний обсяг продаж на цю країну припадає трохи більше, ніж 47% - 900 мільярдів американських доларів. Наздоганяють своїх східних колег власники Інтернет-магазинів з Північної Америки. У порівнянні з минулим роком, позитивний приріст для країн регіону склав 15,6% [2]. Загальний обсяг продаж прогнозують приблизно в межах 423 мільярди американських доларів. Середній вік Інтернет-покупця, як вказує статистика, зараз становить 25 років. У Великобританії показник онлайн - покупки становить 81%, в Норвегії – 76%, Німеччині – 73%, Франції – 65%, Естонії – 59% .

Таблиця 2

Обсяг ринку e-commerce країн-лідерів

Країна	Обсяг ринку (млрд. дол. США)
Китай	900
США	423
Європа	330
Україна	1,7
Інші країни	250,3

Джерело :[2]

До кінця 2019 року загальний обсяг продажів Інтернет-магазинів у всьому світі, за прогнозами, повинен досягти позначки в 2 трильйони доларів США. Майже половина всіх продажів у сфері e-commerce, року, припаде на Китай (47%)- це приблизно 900 мільярдів доларів [5].

Інтернет магазини, Інтернет-вітрини, маркетингові магазини. Інтернет-магазин (електронний магазин, онлайн-магазин) – це програмний комплекс, який дозволяє продавати товари чи послуги через мережу Інтернет та автоматизувати управління бізнес-процесами. Інтернет-магазин – це сайт, що дозволяє приймати замовлення по телефону, через сайт на електронну пошту. Інтернет-магазин дозволяє оформляти взаєморозрахунки з покупцями, за готівку і за безготівковим розрахунком з можливістю роздруківки рахунку-фактури і вибором «з ПДВ» і «без ПДВ».

Інтернет-вітрина – динамічний веб-сайт, де крім загальної інформації про компанію, відвідувач може візуально ознайомитися з продукцією чи послугами, що пропонуються через фотогалерею. Це може бути ілюстрований каталог товарів, детальний опис послуг і

можливостей. Дві основних відмінності від інших видів веб-сайтів – більш детальний опис пропозиції і більш чітка орієнтація на пошук зацікавленого клієнта [4].

Різноманіття вибору каналів придбання товарів в електронній комерції на сьогоднішній день у споживача може бути поєднаним із офлайн торгівлею, а саме вебрумінгом і шоурумінгом. Шоурумінг – це спосіб у який споживачі відвідують фізичний магазин, щоб детально ознайомитися з продуктами та послугами його, долаючи перешкоди електронної комерції (приміряючи взуття, наприклад), але робить покупку через Інтернет. Одним з головних бенефіціарів шоу-румів є гіганти електронної комерції, такі як Amazon, AliExpress або eBay [6].

Вебрумінг навпаки, вибір споживача зосереджений в електронній торгівлі, а придбання відбувається в офлайн. Використання поведінкових реакцій покупців ROPO – процес пошуку в Інтернеті для отримання необхідної інформації про товар перед купівлею в офлайн магазині. Дозволяє швидко й ефективно напрацювати базу лояльних клієнтів з мінімальними витратами. Програмісти вже створюють в рамках Big Data систему відстеження, на якому саме сайті клієнт знайшов інформацію перед офлайн-покупкою. Після впровадження цього механізму можна буде сподіватися на відрахування від офлайн-продавця на користь сайтів, на яких клієнт перевіряв параметри товару й відгуки про товар і магазин. Тоді подібних сумнівів у важливості ROPO у Інтернет-продавців не виникне [7].

Отже, виходячи з даних статистики, можна сказати, що тенденція здійснення покупок товару через Інтернет збільшуватиметься щороку +15%. Можна сказати, що Інтернет покупки товарів здійснює переважно молодь, проте щороку цільова аудиторія розширюється. Китай має найвищі рейтинги серед Інтернет купівлі товару, як в 2017- 2018 році, так і прогнозується у 2019 році. Інтернет-магазин це зручно, можна купувати товари не виходячи з дому.

Список літератури

1. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку Інтернет-торгівлі. – Режим доступу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2019/51.pdf
2. Інтернет-торгівля: цікава статистика 2018 року | Блог NeoSeo.- Режим доступу: <https://neoseo.com.ua/uk/internet-torgovlya-statistika-2018-goda>
3. Цікаві факти про Інтернет-торгівлю в світі в 2019 році. – Режим доступу: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>
4. Студопедия – Інтернет-магазин та Інтернет-вітрина . – Режим доступу: <https://studopedia.info/2-13531.html>
5. Інтернет-маркетинг для початківців: як та навіщо | Na chasi. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2018/11/01/internet-marketyng-z-chogo-pochaty/>
6. Що ви знаєте про різницю між шоурумінгом і вебрумінгом. – Режим доступу : <https://www.ecommerce-nation.com/5-differences-between-the-showrooming-and-the-webrooming-that-you-should-know/>
7. Як Інтернет-магазини використовують ROPO для недорогого залучення лояльних клієнтів. - Режим доступу: <https://rau.ua/dosvid/internet-magaziny-ropo/>

УДК 336.7

Христенко Т. І.

студент кафедри мультимедійний дизайн,
Харківська державна академія дизайну і мистецтв

ЗАКОНОДАВЧІ РЕГУЛЮВАННЯ КРИПТОВАЛЮТИ В УКРАЇНІ ОСТАННІХ РОКІВ

Одиниця криптовалюти – це код, який народжується в результаті складних комп’ютерних математичних обчислень. Цифрових валют налічується близько тисячі, але найвідомішою є bitcoin (біткойн) – електронна валюта з відкритим кодом. Вона децентралізована, з низькою або відсутньою комісією, дозволяє розраховуватися по всьому світу.

Сьогодні в Україні надзвичайно просто інвестувати у Bitcoin. Криптовалюту навіть можна купити за готівку у терміналах. «В Україні можна купити біткойни в 10 тисячах терміналів по всій країні. Це інфраструктурний проект, і він покликаний дати людині спробувати віртуальні валюти, переконати, що це так само просто, як поповнити мобільний

телефон», – говорить експерт в сфері криптовалюти Святослав Под'ячев. У 2017 році в Україні встановили перші криптомати – спеціальні термінали для продажу криптовалюти. Наразі їх вісім: шість в Києві і два в Харкові. Криptomати приймають гривні і одразу переводять її у віртуальну валюту.

Щодо законодавчого регулювання, у Верховній Раді України за жовтень 2017 року зареєстровано три законопроекти, а саме:

- проект Закону України «Про обіг криптовалюти в Україні» від 06.10.2017 р. № 7183;
- проект Закону України «Про стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні» від 10.10.2017 р. № 7183-1;
- проект Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України (щодо стимулювання ринку криптовалют та їх похідних в Україні)» від 30.10.2017 р. № 7246.

Станом на січень 2018 року 57 українських чиновників задекларували 34 тисячі 239 біткоїнів (BTC) – електронних монет (токенів). Легально продавати, обмінювати чи інвестувати на території України біткоїни не можна: юридичний статус криптовалюти не врегульований. В Україні юридичні особи в принципі не можуть офіційно використовувати криптовалюту зараз, що стосується і заробітної плати. Також, немає підстав платити з них податок.

НБУ, Нацкомісія з цінних паперів і Нацкомісія, що здійснює регулювання у сфері ринків фінансових послуг, вважають, що складна правова природа криптовалют не дозволяє визнати їх грошовими коштами. Водночас вони попередили, що будь-яка діяльність, пов'язана з операціями купівлі, продажу, обміну та конвертації у криптовалюти, несе велику кількість ризиків, які фізичні та юридичні особи повинні усвідомлювати, перш ніж здійснювати операції з криптовалютами.

15 листопада 2019 року група депутатів зареєструвала у парламенті законопроект, яким пропонується внести до законодавчої бази визначення понять «віртуальний актив», «криптоактив», «операція з криптоактивами», «розподілений реєстр», «токен» та «токен-актив». також пропонують 5%-вий податок на прибуток від операцій з віртуальними валютами. За задумом ініціаторів, такий крок стимулює розвиток ринку віртуальних активів в Україні та допоможе отримати додаткові доходи до бюджету. Законопроект розроблений блокчейн-спільнотою, Міжфракційним депутатським об'єднанням Верховної ради України Blockchain4Ukraine, Офісом ефективного регулювання BRDO та командою Міністерства цифрової трансформації. У відомстві впевнені, що ухвалення цього закону створить умови для початку функціонування ринку віртуальних активів відповідно до законодавства України з врахуванням балансу інтересів суб'єктів, що здійснюють операції з віртуальними активами, та держави, яка отримує додаткові надходження податків від операцій з віртуальними активами.

В той же час, один із найбільших світових криптовалютних майданчиків Binance збирається співпрацювати з українською владою. Компанія пообіцяла допомогти встановити легальний статус віртуальних активів і криптовалют у країні.

Децентралізація – перевага віртуальних валют перед «класичними». Проводити розрахунки один з одним власники криптогрошей можуть за лічені секунди в усьому світі без посередників у вигляді банків чи платіжних систем. На визнання криптовалют впливає те, що повністю їх заборонити чи знищити неможливо, а контролювати – надзвичайно складно. Блокчейн є самодостатньою наднаціональною мережею.

Якщо криптовалюта займе істотну нішу у фінансових розрахунках в майбутньому, ми отримаємо повний контроль над власними фінансами, матимемо можливість довільно обирати отримувача переказів, сплачуючи при цьому мінімальну комісію.

Список літератури

1. <https://www.slovoidilo.ua/2018/11/15/novyna/svit/mvf-zaproponuvav-stvoryty-alternatyvu-kryptovalyutam>
2. <https://investory.news/kriptoinvesticii-perevagi-ta-riziki-investuvannya-u-kryptovalyutu>
3. <https://ciphertrace.com/q3-2019-cryptocurrency-anti-money-laundering-report/>
4. <https://investory.news/odna-z-najbilshix-kriptovalyutnix-birzh-binance-vixodit-na-rinok-ukraini//>
5. <https://interbuh.com.ua/ua/documents/onenews/120979>
6. <https://www.segodnya.ua/ua/economics/enews/sekrety-kriptovalyut-rynok-uzhe-podelilsya-na-legalnyy-i-nelegalnyy-1137515.html>

УДК 336

Якименко А. М.

асистент кафедри «Фінансів, обліку та маркетингу»,
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»,

Новікова М. В.

студентка 2 курсу економічного факультету, групи ФІН-18мп,
ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

ФОНДОВА БІРЖА ТА УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИМ ПОРТФЕЛЕМ

Судження про біржі зазвичай описується словами «гра», «спекуляція», «виграш»/«програш», «ставка» і т.п. Останнім часом багато людей цікавляться можливостями торгівлі на фондовій біржі так, ніби сподіваються вивідати вдалий метод карткової гри або вірну ставку на скачках.

Зрозуміло, фондові біржі відбуваються зовсім не від казино і іподромів. Фондовим біржам відводиться серйозна роль в економіці – перерозподіл інвестиційних ресурсів. Посередницька роль біржової системи в чомусь схожа за своїм функціональним призначенням з завданням банків, але є істотні відмінності. По-перше, фондові біржі пропонують більш широкий інструментарій для отримання і вкладення грошей, ніж класичні банківські кредити і депозити: різні види цінних паперів, причому не тільки процентно-боргових, що є аналогами позик і внесків, а й дивідендна-пайових (перш за все – акції). По-друге, фондова біржа не приймає на себе комерційних ризиків, властивих банкам: не даючи гарантій щодо виконання зобов'язань по торгованих на ній цінних паперів, біржа лише бере свою комісію з обох сторін угоди за забезпечення надійних розрахунків між ними. Це класичне комісійне посередництво – біржі самі по собі не нав'язують учасникам ринку своїх уявлень про справедливі ціни і не впливають на умови угод, обмежуючись лише експертизою якості фінансового інструменту при допуску його до торгів, з тим щоб він відповідав мінімальним вимогам біржових правил. По-третє, до біржових торгів, а значить, і до формування ринкової ціни має доступ необмежену кількість учасників (або безпосередньо, або через ліцензованих брокерів), в той час як процентні ставки по кредитах і депозитах визначаються насамперед на великому міжбанківському ринку [1, с. 243].

Ця доступність і визначає інтерес суб'єктів економіки до фондовій біржі, на якій – на відміну від вимогливої банківської системи – емітенти цінних паперів, які потребують фінансових ресурсах, можуть залучити більш довгострокові і дешеві гроші від широкого кола джерел (інвесторів), не бути «заручниками» одного-двох банків-кредиторів і отримати через біржову ціну акцій реальну ринкову оцінку їх вартості. Ті компанії, які досягли серйозного рівня в розвитку і хочуть залучити великі інвестиційні ресурси, виходять на фондову біржу з пропозицією своїх цінних паперів, наприклад акцій. У цьому випадку говорять, що компанія вийшла на IPO (initial public offering, первинне публічне розміщення). Щоб гідно виступити на біржі з IPO (тобто знайти попит на весь розміщується обсяг акцій по хорошій цене), акціонерне товариство повинно відповідати певним критеріям – за рівнем прозорості для інвесторів і якості корпоративного управління, наявності достовірної та визнаної фінансової звітності, а також за обсягом бізнесу і сумі пропонувананих цінних паперів. Останній критерій неформальний, але визначає, тому що організація і підтримання біржового обігу власних акцій – задоволення для емітента недешево, і ці витрати виправдані тільки заради великого залучення грошей. Крім того, в інтересах емітента – продати акції максимально широкому колу інвесторів, щоб забезпечити своїй капіталізації стабільність і справедливу оцінку, а це здійснимо лише при відповідному обсязі пропозиції.

Біржова торгівля рідко буває ефективним хобі (якщо тільки ви не маєте джерел інсайдерської інформації про ті чи інші емітенти і завдяки їй стріляєте рідко, але влучно). Цією діяльністю треба займатися постійно і уважно або не варто її і починати.

У інвестора завжди є свій стиль інвестування. Якщо грубо узагальнити, то таких стилів два – «купити і тримати» (умовно «пасивний» стиль) і «активно управляти портфелем» (умовно «агресивний» стиль) [2, с. 345]. В рамках першої стратегії «пасивний» інвестор вивчає довгострокові перспективи зростання тієї чи іншої акції, звертаючи увагу на прогноз фундаментальних економічних показників емітента (рентабельність, виручка і прибуток, витрати і т.д.) і роблячи ставку на їх облік ринком в майбутній ціні акцій. На основі цих прогнозів такий інвестор формує портфель з акцій, що володіють найбільшим, на його думку, потенціалом згідно «фундаментального» аналізу, і чекає досягнення ними цільової ціни, щоб продати. Портфель «купити і тримати» щодо статичний, переглядається раз-два на рік (зазвичай після виходу корпоративної звітності) і стоїчно терпить коливання цін на акції. В рамках другої, «активної», стратегії прибуток витягується з короткострокових і середньострокових коливань котирувань акцій шляхом щодо частих угод. При «агресивному» управлінні на перше місце ставиться аналіз поточних ринкових тенденцій, дослідження технічних факторів біржової торгівлі, негайна реакція на ті чи інші події. Активно керований портфель переглядається постійно і в ідеалі повинен використовувати для свого приросту будь-який суттєвий рух ринкових котирувань.

Але ринок фінансових послуг для інвесторів, охочих активного управління портфелем, але не володіють для цього ні часом, ні кваліфікацією пропонує ще один варіант. Мова йде про послугу довірчого управління цінними паперами. Ця послуга може бути як індивідуальною, так і в форматі колективних інвестицій – пайових інвестиційних фондів. Індивідуальне довірче управління передбачає досить велику суму інвестування, в той час як ціна входу в ПФ доступна майже кожному. Для заможного непрофесійного інвестора довірче управління дійсно зручно і ефективно. Іншими словами, без активного професійного управління інвестиційний портфель втрачає ефективність і піддається серйозним ризикам збитків. «Пасивне» інвестування в акції, якщо тільки воно не має багаторічного горизонту, стає все більш ризикованим, тому що в останні роки фінансові ринки зазнають сильних коливань, і стабільне зростання фондових індексів зовсім не гарантований [2, с. 356].

Так, фондова біржа – стихія, якої дуже складно протистояти. Ефективність інвестування може бути поняттям відносним: навіть якщо динаміка вартості портфеля випереджає біржовий індекс, що відображає середньозважене зміна найбільш ліквідних цінних паперів, або, як кажуть, портфель «краще за ринок», це ще не гарантує отримання прибутку. Так як за підсумками року індекс може виявитися нижче стартового значення на початку року.

Чому ж біржовий ринок настільки мінливий (волатильний)? Зрозуміло, що, коли відбуваються економічні кризи, фондова біржа не може залишитися осторонь і її лихоманить слідом за економікою і фінансовою системою. Але і в періоди відносного економічного благополуччя графіки біржових цін зовсім не прямолінійні, а являють собою зубці і синусоїди ростові і падіння. Чому?

Справа в тому, що біржа – це квінтесенція економічних очікувань, страхів, надій і сумнівів. На біржі сконцентрована основна маса покупців і продавців, дуже різних за програмними цілями, професійної кваліфікації, рівню оптимізму і, нарешті, психологічної стійкості [3]. Гроші на біржовому ринку дуже мобільні, вони легко на ринок приходять і з ринку йдуть. Будучи зібраними разом на біржі, яка є майданчиком для перерозподілу капіталів, гроші чуйно реагують на настрої інвесторів. Якщо в безглуздий слух повірить частина учасників ринку, які своїми нервовими угодами налякають інших, то не так вже й складно в результаті викликати біржову паніку. Адже картину розгортається невроту можна негайно побачити на торговому моніторі, в кращому випадку – насторожитися, а в гіршому – злякатися, після чого вирішити щось продати «про всяк випадок», навіть пожертвувавши ціною, а це спровокує на продаж (вже за нижчою ціною) наступного учасника торгів, і так далі по ланцюжку.

Ось чому влада приділяє таку пильну увагу регулюванню фондових бірж, боротьбі з інсайдерськими угодами і маніпулюванням цінами. Мова не тільки про необхідність боротьби з нечесним збагаченням за рахунок зловживання своєю поінформованістю і

ринковим становищем, а й про захист ефективного і справедливого ринку. Якщо біржовий ринок підконтрольний інсайдерам та «маніпуляторам», то він втрачає довіру інвесторів, спотворює уявлення про справедливі ринкові ціни, що, по суті, паралізує такий найважливіший економічний інститут, як фондова біржа. Зрештою, адже навіть казино, яке підозрюють у шахрайстві, швидко розориться через відсутність відвідувачів.

Список літератури

1. Еш С.М. Фінансовий ринок: навч. посібник / С.М. Еш // К.: Центр учбової літератури. – 2017. – 528 с.
2. Козак Ю.Г. Міжнародна макроекономіка: навч. посібник / Ю.Г. Козак. // К.: Центр учбової літератури. – 2016. – 400 с.
3. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23 лютого 2006 року № 3480-IV // Із змінами, внесеними згідно із Законами станом № 5042-VI від 04.07.2012. – [Електронний документ]. – Режим доступу: <http://zakon1.-rada.gov.ua/laws/show/3480-15>.

УДК 658

Янчук Т. В.

магістр кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності,
Київський кооперативний інститут бізнесу і права

Науковий керівник:

Малік Л. М.

к. е. н., доцент кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності,

Київський кооперативний інститут бізнесу і права

**МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ
ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА**

Сфера зовнішньоекономічної діяльності грає дуже важливу роль у розвитку економічного становища країни в цілому, а також забезпечує підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на світовому ринку. Відповідно, зовнішньоекономічна діяльність дає можливість удосконалювати потужності виробництва, налагодити інформаційний обмін з іноземними партнерами, підвищувати якість товарів і послуг тощо.

Підприємство, яке провадить господарську діяльність на міжнародному рівні, повинне ефективно здійснювати управління власною зовнішньоекономічною діяльністю, задля отримання максимальної вигоди при виконанні укладених договорів. Тому підприємству необхідно обрати для себе оптимальні методи управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Існують такі групи методів управління зовнішньоекономічною діяльністю, як адміністративні, економічні та соціально-психологічні.

Адміністративні методи – система способів і прийомів організаційно-розпорядчої дії, яку використовують для організації і координації об'єктів управління з метою виконання поставлених завдань [1, с. 86]. Їхніми характерними особливостями є неопосередкований вплив на об'єкт керування, обов'язковість та чітко визначена відповідальність за виконання наказів, розпоряджень, вказівок.

Адміністративні методи управління зовнішньоекономічною діяльністю поділяються на організаційні (організаційно-методичне інструктування, нормування, організаційне регламентування) та оперативно-розпорядчі (узгоджувальні дії, рекомендації, обов'язкові приписи).

Перевагами адміністративних методів є: забезпечення єдності інтересів керівництва в досягненні цілей; забезпечення чіткого розподілу обов'язків, дотримання дисципліни, правових норм та повноважень; відсутність вимог до великих матеріальних витрат; можливість оперативного досягнення цілей та забезпечення швидкої реакції на зміни зовнішнього середовища.

Серед недоліків адміністративних методів управління можна виділити: відсутність дієвих стимулів праці і можливість виникнення антистимулів; пригнічення ініціативи, творчої роботи; якщо мова йде про великі організації, існує ризик незацікавленості менеджерів у підвищенні власної компетентності, тому вона в дефіциті.

Наступна група методів управління зовнішньоекономічною діяльністю – економічна. Це система економічних важелів і заходів, за допомогою яких здійснюється вплив на керовані об'єкти з метою досягнення поставленої мети і забезпечення єдності інтересів підприємства і окремих працівників [2]. Економічні методи у порівнянні з адміністративними надають більшу кількість варіантів рішень, які забезпечують задоволення інтересів колективу і підприємства.

До економічних методів управління належать: планування, комерційний розрахунок, оплата праці, преміювання, ціноутворення та фінансування.

Переваги економічних методів: реалізація матеріальних інтересів участі підприємства у зовнішньоекономічній діяльності; стимулювання прояву ініціативи; реалізація творчого потенціалу працівників через задоволення матеріальних потреб.

Недоліки економічних методів управління: залежність від забезпечення державним органом управління матеріальної чи фінансової мотивації, що має вплив на економічні інтереси підприємств; багато потреб, які лежать поза сферою матеріального інтересу залишаються незадоволеними, що знижує мотивацію; економічні методи – це методи непрямой дії, тому вони не можуть примусити об'єкт управління діяти однозначно.

Соціально-психологічні методи – методи управління персоналом, що засновані на використанні соціального механізму управління [3]. Вони передбачають використання моральних стимулів до праці, мають на меті трансформувати адміністративне завдання на свідомий обов'язок, за допомогою таких психологічних прийомів, як соціальні методи (базуються на особливостях взаємодії людей, культурних цінностей) та психологічні мотиви (для гармонізації відносин працівників підприємства і формування прийняттого психологічного клімату).

До переваг соціально-психологічних методів управління можна віднести включення механізмів трудової мотивації, які не пов'язані із задоволенням матеріальних потреб, а також практична відсутність у потребі матеріальних витрат. Серед недоліків можна виділити невикористання стимулів, які спираються на матеріальні потреби працівників та складність прогнозування результатів.

Під час вибору методу управління зовнішньоекономічною діяльністю, потрібно враховувати характер проблеми, яку потрібно вирішити і цілей, які потрібно досягти, наявність ресурсів, компетентних менеджерів на підприємстві, а також умови виробничого процесу.

У кожній групі методів управління є свої переваги і недоліки, тому для отримання кращого результату під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності, ефективніше використовувати перелічені вище методи у поєднанні, адже кожен з цих прийомів спрямований на досягнення цілей певного сегменту управлінського процесу. Також, за допомогою даних методів у підприємства є можливість створити власну систему управління зовнішньоекономічною діяльністю, завдяки якій підприємство буде розвиватися, покращувати результати діяльності, матиме змогу оперативно вирішувати будь-які питання, а також визначити слабкі та сильні сторони своєї діяльності, задля уникнення помилок у майбутньому.

Список літератури

1. Кожевнікова Л. К. Особливості функцій та методів управління зовнішньоекономічною діяльністю. *Економіка та держава*. 2014. № 8. С. 85-88.
2. Хоменко Т. Ю., Погребняк А. Ю. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. 2017. № 11. URL: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/22597>.
3. Законнова А. Системний зв'язок функцій і методів управління підприємством. *Студентський науковий вісник «Керівник.ІНФО»*. 2014. URL: <http://kerivnyk.info/2014/01/zakonnova.html>.

УДК 330.3

Корнілов Д. С.

студент 6 курсу

фінансово-правового факультету,

Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого

СУТНІСТЬ РИЗИКУ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ

Питання про те, що таке «ризик», у економіці залишається відкритим. Більшість авторів підходить до визначення ризику виходячи з повсякденного його розуміння. У звичайному житті поняття «ризик» придбало негативний відтінок: говорячи про ризик, мають на увазі насамперед небезпеку, додаткові труднощі, втрати й інші негативні події. Приймаючи рішення, люди намагаються якщо не повністю виключити ризик з повсякденного життя або виробничої діяльності, то зменшити його вплив на результат або процес проекту.

Підприємницький ризик – це ризик, що пов'язаний, насамперед, з вибором та ухваленням управлінського рішення на різних рівнях структури управління. Він також включає ризик повної чи часткової втрати майна чи грошового внеску, в тому числі і ризик банкрутства, характерний для ринкових відносин [1, с. 67].

Кожен підприємець повинен оцінювати масштаби ризику, що загрожують його фірмі внаслідок прийняття певного рішення. Саме для цього створюються методики аналізу ризику, які допомагають підприємствам приймати правильні та доцільні рішення щодо участі в проекті і передбачити заходи щодо захисту від можливих втрат.

Головним завданням аналізу ризику є визначення усіх можливих видів ризику, оцінка їх небезпеки та можливість їх уникнути. Як зазначає Вербицька Г.Л., якісний аналіз є чи не найскладнішим у економічній ризикології. Він потребує ґрунтовних знань як теорії економіки, бізнесу, фінансів, так і низки спеціальних предметів, необхідних для підготовки конкурентоздатного на ринку праці фахівця певного напрямку. Необхідна також наявність певного практичного досвіду в обраній сфері економічної діяльності [2, с. 130].

Варто зазначити, що поряд з якісним аналізом ризиків є ще кількісний аналіз. Кількісний аналіз ризику – числове визначення величини окремих видів ризиків, а також сукупного ризику всього вибраного напрямку підприємницької діяльності [3, с. 209].

Для кількісного визначення рівня ризику можна застосовувати різні методи починаючи від складного імовірнісного аналізу до суто інтуїтивних. Зазвичай методи кількісної оцінки ризику є універсальними проте вони не завжди можуть дати нам вірні оцінки. Такі методи можна об'єднати у чотири групи:

1) експертні – дають змогу визначити рівень ризику в тому разі, коли відсутня необхідна інформація для здійснення розрахунків або порівняння, ґрунтуються на опитуванні кваліфікованих спеціалістів з наступною статистично-математичною обробкою результатів цього опитування;

2) економіко-статистичні – застосовуються лише за наявності достатньо великого обсягу статистичної інформації для отримання точної кількісної величини рівня ризику. Обчислюють середньоквадратичне відхилення, коефіцієнт варіації, в-коефіцієнт тощо;

3) розрахунково-аналітичні – призначені для розрахунку відносно точного кількісного вираження рівня ризику на основі внутрішньої інформаційної бази самого підприємства (переважно застосовуються при оцінці ризику неплатоспроможності і ризику зниження фінансової стійкості);

4) аналогові – дають змогу оцінити рівень ризику по окремих операціях на основі порівняння з аналогічними, вже багаторазово здійснюваними операціями. При цьому для порівняння використовують як власний, так і зовнішній досвід здійснення таких операцій [3, с. 247].

Звичайно для ефективного управління підприємством необхідно не тільки знати, а й якісно вміти проводити оцінку ризиків при виборі управлінського рішення. Такі навички дозволяють відійти від інтуїтивного та перейти до більш раціонального, прагматичного, ефективного управління. Головне при оцінюванні ризику – обрати найефективніший метод оцінки, переконавшись в правильності розрахунків, правильному визначенні впливу та факторів які створюють економічний ризик. Проте, саме відсутність необхідної інформації для оцінки ризику є головним бар'єром на шляху обрання ефективного управлінського рішення. Тому вважаю за необхідне використовувати перш за все розрахунково-аналітичні методи оцінки ризику, адже саме вони базуються на основі внутрішньої інформаційної бази самого підприємства.

Список літератури

1. Донець Л.І. Економічні ризики та методи їх вимірювання: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 312 с.
2. Вербицька Г.Л. Оцінка економічного ризику// Актуальні проблеми економіки, 2004, № 4. с. 129-136.
3. Лук'янова В.В., Головач Т.В. Економічний ризик: Навчальний посібник. – Київ: Академвидав, 2007. 464 с.

УДК 339.1

Костенюк Ю. Б.

к. е. н., доцент кафедри підприємництва,
корпоративної та просторової економіки,

Донецький національний університет ім. В. Стуса,

Тукіла К. Л.

студентка 2 курсу, спец. 071 «Облік і оподаткування»,

Донецький національний університет ім. В. Стуса

ОСОБЛИВОСТІ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧА В СИТУАЦІЇ З РИЗИКАМИ

На сьогодні в Україні спостерігається нестабільна економічна ситуація. Саме тому споживачі все частіше постають перед проблемою вибору та ризику. Саме тому важливо мати знання, вміти застосовувати різні методи та моделі прийняття рішень у самих нетипових ситуаціях, щоб максимізувати корисність та як найбільш повно задовольняти власні споживчі потреби.

Невизначеність – стан, під час якого частково або повністю відсутня інформація про ймовірність майбутньої події, тобто це те, що не піддається оцінці [4]. Для того, щоб хоч якось оцінити ризик, необхідно проаналізувати всі можливі сприятливі та несприятливі наслідки якої-небудь певної події, які відображають можливість отримання певного результату.

Проблема раціонального вибору – одна з головних економічних задач. Основними суб'єктами, які постійно розв'язують її – споживачі та виробники. Кожна задача вирішується в умовах ризику. Для порівняння ефективності результатів їх рішень часто використовують функцію корисності.

Корисність – це суб'єктивна міра задоволення, яка виражає ступінь задоволення особи від споживання даного товару, послуги або виконання певної дії тощо [5]. Корисність в

економічній теорії часто застосовується для опису пріоритетів при ранжуванні наборів споживчих товарів та послуг. Основним припущенням економічної теорії є те, що людина завжди робить правильний, раціональний вибір.

Вигляд функції корисності характеризує ставлення до ризику особи, що приймає рішення. Відповідно до концепції корисності Неймана-Моргенштерна, в загальному вигляді графік функції корисності може бути трьох видів (рис. 1): f_1 – функція корисності особи, не схильної до ризику; f_2 – функція корисності особи, нейтральної до ризику; f_3 – функція корисності особи, схильної до ризику.

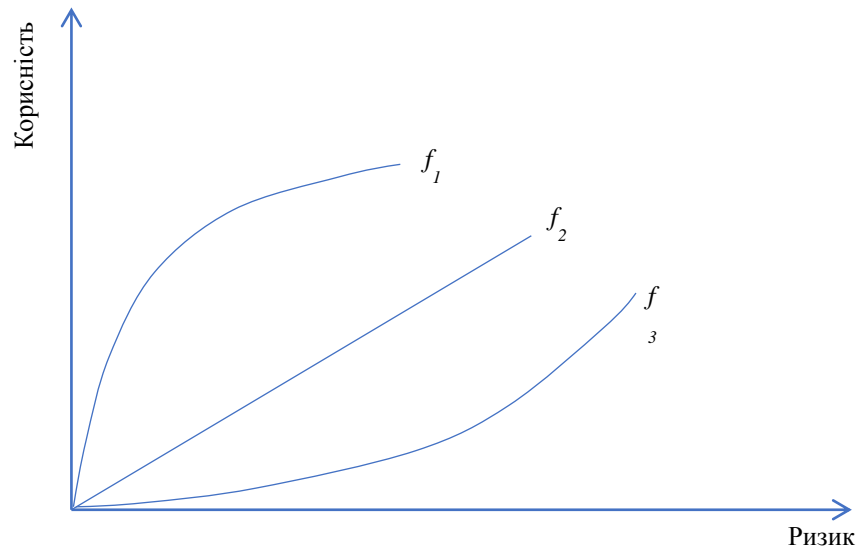


Рис. 1. Види функції корисності в ситуації з ризиками

Джерело: побудовано автором

Для визначення корисності використовують поняття «лотереї». Саме тому, якщо для особи, що приймає рішення пріоритетним є отримання гарантованого виграшу в цій лотереї, ніж прийняття участі, ця особа вважається не схильною до ризику. Якщо ж участь у лотереї – пріоритетне завдання особи, її називають схильною до ризику.

Проміжне місце між схильністю та несхильністю до ризику займає нейтральність особи до ризику, вона визначається байдужістю особи щодо вибору між гарантованою сумою виграшу та участю в даній лотереї.

Слід зазначити, що вибір товарів споживачами залежить від смаків, потреб, традицій, звичок, моди тощо. Таким чином, основними принципами поведінки споживача на ринку є:

- при виборі блага, споживач керується власними вподобаннями;
- вибір споживача засновується на власному інтересі;
- споживач намагається обрати благо, яке найбільше задовольнить його потреби;
- при виборі благ, споживач обмежується бюджетом.

Таким чином, можна зробити висновок, що особи, що приймають рішення щодня наражають себе на ризик купівлі непотрібного, шкідливого товару, оскільки його бюджет обмежений. Через велику кількість товарів на ринку, тобто в умовах великого вибору товарів, споживач також наражає себе на небезпеку купівлі товару, який не відповідає його потребам.

Основними причинами виникнення споживчого ризику є:

- наявність неякісного товару;
- недостатність інформації або її недостовірність про цей товар;

– використання шкідливих домішок під час виробництва.

У зв'язку з цим можуть виникнути такі наслідки:

- економічні (непридатність товару до споживання, додаткові витрати);
- моральні (стрес, втрата довіри до виробника тощо);
- шкода здоров'ю (отруєння, нові хвороби, генетичні порушення тощо).

Отже, збільшення асортименту товарів на ринку та недовіра між споживачами та виробниками призводить до подальшого збільшення споживчих ризиків. Саме тому актуальність знаходження шляхів для подолання цієї проблеми збільшується. Оцінюючи ризики споживачів можна мінімізувати витрати та повністю їх уникати. А створення системи інформування громадян про зазначені ризики дозволить зменшити кількість скарг та приверне увагу виробників до проблеми забезпечення належної якості товарів.

Список літератури

1. Класифікація та види ризиків. URL: https://pidruchniki.com/67941/menedzhment/klasifikatsiya_vidi_rizikiv.
2. Плахтій Ю. Р., Байцар Р.І. Шляхи підвищення ступеня задоволення споживачів та мінімізація ризиків. *Якість технологій та освіти.*, 2013. №14. С.15—19
3. Про захист прав споживачів: Закон України, прийнятий Верховною Радою 12.05.1991 р. № 1024-XII. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
4. Поняття невизначеності. URL: <https://msd.in.ua/ponyattya-neviznachenosti-i-riziku/>
5. Поняття корисності. URL: https://pidruchniki.com/67839/politekonomiya/korisnist_zagalna_granichna

УДК 364(477)

Осіпова Л. В.

к. е. н., доцент,

доцент кафедри економіки та міжнародних відносин,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету,

Монастирський Д. В.

студент,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

ДЕРЖАВНА СИСТЕМА ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ГОЛОВНА СКЛАДОВА СИСТЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ В УКРАЇНІ

Соціальне забезпечення в Україні займає важливе місце в системі гарантії здійснення прав і свобод людини. Від обсягу коштів, які направлені на фінансування соціального забезпечення, залежить показник рівня життя населення. Основним завданням розвитку соціальної сфери країни є підвищення якості життя населення, що включає не лише споживання матеріальних послуг та благ, а й задоволення духовних потреб, стану здоров'я, тривалість життя тощо. Україна докладає зусиль щодо вступу в ЄС, і тому має запровадити певні соціальні стандарти. Держава має гарантувати своїм громадянам оптимальну систему соціальної безпеки та соціального захисту.

За своєю економічною суттю соціальне забезпечення є розподільчими відносинами, у яких відбувається розподіл коштів страхових фондів і перерозподіл бюджетних коштів на потреби соціального забезпечення. Сутність соціального забезпечення полягає у вирівнюванні матеріального й соціального стану населення, шляхом установлення матеріального забезпечення на рівні, не нижчому за прожитковий мінімум [3, с. 24].

Джерелом фінансування соціального забезпечення є бюджетні та позабюджетні джерела (рис. 1).

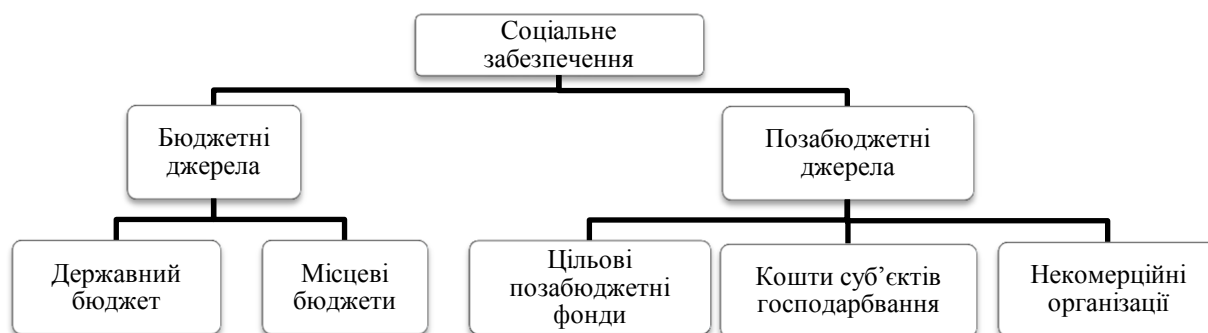


Рис. 1. Види джерел фінансування соціального забезпечення

Джерело: розроблено на основі [2]

У свою чергу бюджетні джерела діляться на: державний і місцеві бюджети. А позабюджетні джерела розподіляються на: цільові позабюджетні фонди, кошти суб'єктів господарювання та некомерційні організації.

Виконання усіх соціальних програм, у першу чергу, потребує відповідних фінансових ресурсів, яких за сучасного стану національної економіки не вистачає. Проблема полягає навіть не в кількості цих ресурсів, а в умінні правильно розпоряджатися ними. Це є головним завданням фінансового забезпечення програм і заходів соціальної політики в Україні. Пропонуємо проаналізувати динаміку частки видатків зведеного бюджету України на соціальне забезпечення в загальній сумі видатків зведеного бюджету та у ВВП протягом 2014–2018 рр. (табл.1).

Таблиця 1

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

Роки	Видатки зведеного бюджету, млрд грн	ВВП, млрд грн	Видатки на соціальне забезпечення		
			усього, млрд грн	частка в загальній сумі зведеного бюджету, %	Частка у ВВП, %
2014	80558,2	1566728	138,0	26,38	8,81
2015	103700,9	1979458	176,3	25,93	8,91
2016	151965,5	2383182	258,3	30,09	10,84
2017	144478,3	2982920	285,8	27,04	9,58
2018	163865,6	3558706	298,8	30,3	9,3

Джерело: розроблено на основі [4]

Аналіз показав, що у 2018 р. частка видатків на соціальне забезпечення у видатках зведеного бюджету та ВВП досягла найвищого рівня та становила

відповідно 30,3% та 9,3%. Частка видатків на соціальне забезпечення в загальній сумі зведеного бюджету протягом 2014–2018 рр. не була стабільною й постійно змінювалася, найменше її значення було помічене у 2015 рр. – 25,93 %, а найбільше – у 2018 р. – 30,3 %.

Динаміку змін видатків державного бюджету України та місцевих бюджетів на соціальне забезпечення протягом 2016–2018 рр. показано на рис. 2.

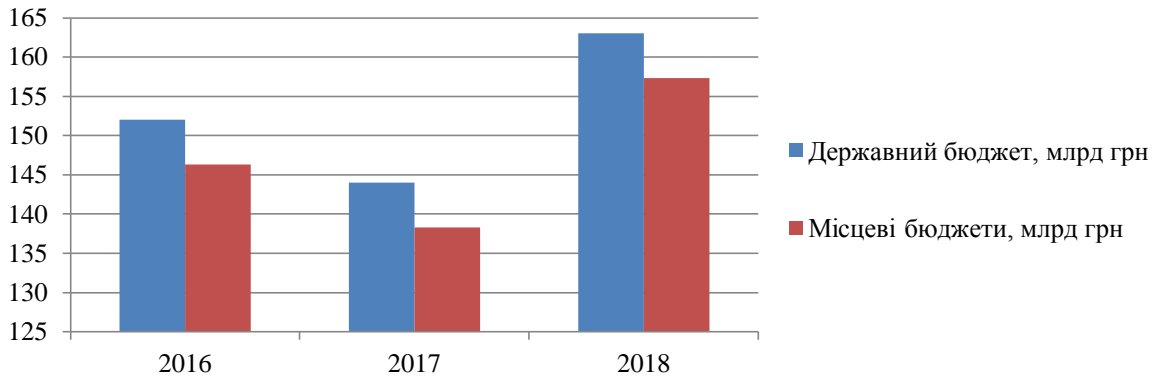


Рис. 2. Динаміка зміни видатків державного бюджету протягом 2016–2018 рр.

Джерело: розроблено на основі [4]

Аналіз динаміки видатків державного та місцевих бюджетів показав, що найбільша сума видатків була помічена у 2018 р. та становила 163 млрд. грн. державного бюджету та 157,3 млрд. грн. місцевих бюджетів. У 2017 р. був помічений незначний спад суми видатків, що свідчить про зменшення грошових коштів, які направлені на задоволення соціальних потреб населення. Це в кінцевому підсумку може призвести до зниження рівня якості життя.

Видатки державного бюджету на соціальне забезпечення у 2018 р. мають наступну структуру (рис. 3).

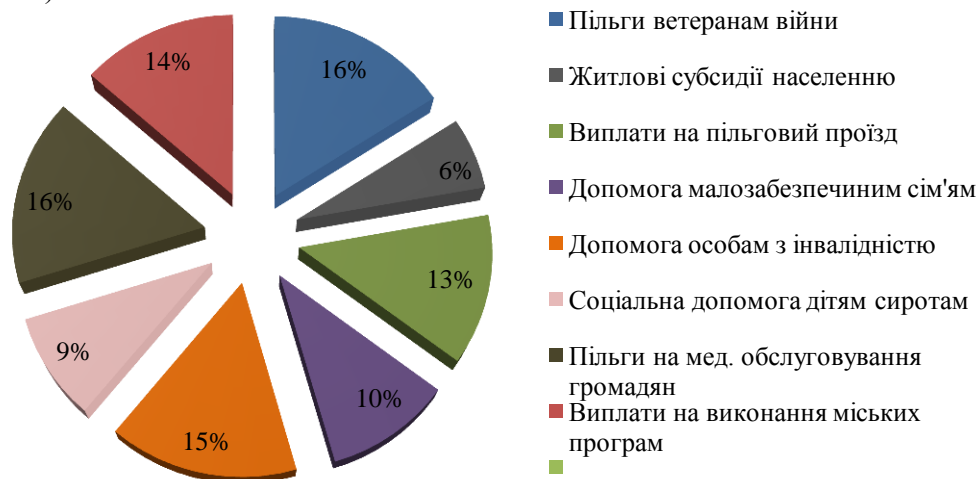


Рис. 3. Склад видатків державного бюджету України на соціальне забезпечення

Джерело: розроблено на основі [4]

Найбільшу питому вагу займають пільги ветеранам війни 16% і пільги на медичне обслуговування 16%. На другому місці у структурі видатків допомога особам з інвалідністю 15%. Третє місце займають виплати на виконання міських програм 14% та виплати на пільговий проїзд 13%. І найменше, допомога малозабезпеченим сім'ям 10%, соціальна допомога дітям сиротам 9% і житлові субсидії 6%.

Державна система фінансування соціальних виплат, пільг і допомоги залишається одним з основних складників всезагальної та комплексної системи соціального захисту України та потребує реформування, зміни підходів до організаційних принципів надання та фінансування державної соціальної допомоги, впровадження нових шляхів та методів, які без додаткових затрат коштів, матеріальних засобів дадуть змогу працювати більш результативно на користь тих, хто потребує соціального захисту. Такими напрямками є:

вдосконалення законодавства в соціальній сфері, перехід від надання пільг та дотацій до адресної допомоги, скорочення переліку неефективних соціальних виплат, зменшення монополії держави на ринку соціальних послуг.

Список літератури

1. Винник С. О. Сучасні системи соціального захисту населення і перспективи їх запровадженнь в Україні. *Економіка і регіон*. 2011. №1. С. 118-119.
2. Калашников С. В. Теоретичні аспекти формування соціальної сфери в сучасних економічних умовах. *Ефективна економіка*. 2017. № 1. С. 35-47.
3. Сташків Б. І. *Право соціального забезпечення*. Навчальний посібник. 2016. № 1. С. 692.
4. Офіційний сайт Державної казначейської служби України: URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua>
5. Статистичний збірник 2018 року. *Соціальний захист населення України*: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

УДК 336

Юрченко В. С.

студентка IV-го курсу,

Університет державної фіскальної служби України,

Захарків Т. І.

студентка IV-го курсу,

Університет державної фіскальної служби України

Науковий керівник:

Фоменко Ю. О.

ст. викл. кафедри фінансового права,

Університету Державної Фіскальної Служби України

МИТНА БЕЗПЕКА ЯК СКЛАДОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Вплив глобалізаційних процесів на національну економіку виявляється у відкритті нових привабливих можливостей та перспектив для розвитку України як незалежного суб'єкта міжнародних економічних відносин. Глобалізація має такі позитивні наслідки для країни, як можливості економічного зростання, приплив інвестицій, зростання зайнятості та рівня життя населення, підвищення конкурентоспроможності національних суб'єктів господарювання. Водночас посилюється і негативний вплив зовнішніх чинників на митну безпеку України, зокрема збільшення кількості суб'єктів, що вчиняють порушення митних правил, зростання обсягів контрабандних товарів, зменшення суми митних платежів, що стягуються митними органами, тощо [4, с. 162].

Як відомо в умовах сьогодення питання митної безпеки є одним із найактуальніших, оскільки дуже важливе значення для держави має захист економічних інтересів та економічної безпеки, реалізація яких покладається на митні органи України. На нашу думку, метою митної безпеки є забезпечення захисту економічних інтересів країни, захищеність життєво важливих потреб, інтересів і цінностей людини, населення, держави та регіонів від внутрішніх та зовнішніх загроз, джерелом яких є зовнішньоекономічні зв'язки. У зв'язку з постійними змінами у податковому та митному законодавстві, нестабільність фінансової ситуації в державі, митна безпека, як складова економічної безпеки країни, залишається під загрозою. Якщо ж митна безпека держави не буде забезпечена належним чином, то це може негативно вплинути на стан соціально-економічного розвитку країни [2, с. 167].

Відповідно до Митного кодексу України, митна безпека – це стан захищеності митних інтересів України. А згідно з ч. 1 ст. 6 МК митні інтереси – це національні інтереси України, забезпечення та реалізація яких досягається шляхом здійснення державної митної справи [1].

Митна безпека як складова економічної безпеки держави є комплексом (системою) ефективних економічних, правових, політичних та інших заходів держави і суспільства із захисту інтересів (у тому числі інтересів власності) народу та держави в зовнішньоекономічній сфері.

Ми вважаємо, що діяльність держави у сфері гарантування митної безпеки покликана забезпечувати захист національних інтересів, серед яких найважливішими є такі: створення умов щодо лібералізації зовнішньої торгівлі, недопущення контрабанди та порушення митних правил, удосконалення митного законодавства України відповідно до світових та європейських стандартів, прискорення товаро- та пасажиропотоку через митний кордон, забезпечення споживчого ринку якісними іноземними продуктами та недопущення ввезення небезпечних для здоров'я людей товарів. В умовах глобалізаційних процесів існує дуже багато загроз митній безпеці, які створюють небезпеку у сфері зовнішньоекономічної діяльності. До загроз митної безпеки держави належать: надзвичайні ситуації, стихійні лиха, світові економічні кризи, які здійснюють негативний вплив на національну економіку, високий ступінь залежності від стану міжнародних ринків певних ресурсів або від домінуючого торговельного партнера. Ми приєднуємось до думки, з якою уникнення чинників, які створюють небезпеку митній безпеці України, важливим є насамперед запровадження в митній справі сукупності заходів, здатних протидіяти внутрішнім і зовнішнім загрозам та викликам у сфері зовнішньоекономічних відносин. Для забезпечення реалізації цих заходів, насамперед важливою є функція митних органів, а саме контроль за повнотою митних стягнень, маються на увазі товари, які враховані в статистиці зовнішньої торгівлі ЄС як експорт до України, повинні бути відображені в статистиці зовнішньої торгівлі України як імпорт з відповідної країни-партнера. Ці розбіжності пояснюються не стільки методологічними відмінностями у веденні статистики скільки поширенням тіньових схем у процесі здійснення експортно-імпортних операцій (наприклад, недекларування товарів, маніпуляції з митною вартістю та країною походження товару), що веде до зменшення податкового зобов'язання або звільнення від оподаткування. У зв'язку з цим важливим є розвиток обміну інформацією з митними органами країн – торговельних партнерів, а також із внутрішніми органами, які також виконують регулюючі та фіскальні функції [3, с. 148].

Отже, на основі вище зазначеного необхідно сказати, що перед митними органами існують доволі складні завдання у сфері гарантування митної безпеки і захисту національних економічних інтересів, які потребують швидкого реагування, насамперед це є забезпечення митної безпеки у напрямках створеної системи захисту національних та митних інтересів держави, а саме: боротьба з контрабандою, митними правопорушеннями, контроль за експортно-імпортними операціями, спрямований на підтримку важливих для України пріоритетів та захист вітчизняного виробника, боротьбу з протиправною (тіньовою) економічною діяльністю, протидію неконтрольованому впливу національних матеріальних, фінансових, інтелектуальних, інформаційних та інших ресурсів тощо. Для боротьби із зазначеними правопорушеннями, необхідно здійснити реформування законодавства у сфері експортно-імпортних операцій, спрощення та прискорення митного контролю та оформлення тощо.

Список літератури

1. Митний кодекс України від 13.03.2012 року, № 4495-VI // База даних «Законодавство України» / ВР України. –URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17> (дата звернення 20.11.2019).
2. Розумова О.І. Поняття митної безпеки в контексті забезпечення національної безпеки України. Вісник Підприємство, господарство і право. 2019. № 3. с. 165-168.
3. Новосад І. Митна безпека як важлива складова економічної безпеки держави. Актуальні проблеми державних фінансів. 2016. № 2. С. 145-155.
4. Брачук О.А. Особливості забезпечення митної безпеки та митних інтересів в умовах спрощення митних процедур. 2017. № 1. С. 156-167.

УДК 364.22

Шевченко О. О.

к. е. н., доцент,

доцент кафедри економічної теорії,

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

ВИКОРИСТАННЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ БОРОТБЫ З БІДНІСТЮ

Всю історію людського суспільства супроводжують бідність та намагання боротьби з нею. Незважаючи на різноманітні спроби подолання її причин та наслідків, бідність залишається однією з глобальних проблем сучасного світу та привертає увагу науковців і уряди всіх країн до пошуку ефективних інструментів викоренення цього явища. Хоча на кінець 2018 року надзвичайна бідність знаходиться на найнижчому рівні за всю історію спостережень, проте вона продовжує поширюватися. Так, якщо у 1990 році, понад третина населення світу жили на менш, ніж 1,9 долара на день, то за 30 років понад одному мільярду вдалося вирватися із злиднів, і близько половина країн світу знизили частку бідного населення до менш ніж 3%. Проте ще багато треба зробити, адже 736 мільйонів людей все ще живуть у крайній бідності, а темпи зменшення рівня бідності уповільнилися [1].

Недостатня ефективність вирішення проблем нерівності в розподілі доходів, досягнення соціальної справедливості макроекономічними інструментами обумовлюють необхідність продовження пошуку нових методів упередження та усунення наслідків бідності. Одним з таких напрямків є проведення експерименту в низці країн (Італія, Кенія, Канада, США, Фінляндія, Нідерланди, Індія та інші) з запровадження безумовного базового доходу (*unconditional basic income UBI*) як гарантованого мінімуму доходів всім громадянам країни. Практика застосування ББД показує, що виплати не вплинули на показники зайнятості учасників дослідження, але вони почали відчувати себе щасливішими, у них з'явилася більша впевненість та відчуття фінансової безпеки. Також ББД позитивно впливає на рівень здоров'я, освіти, відбувається зростання підприємництва. На жаль, деякі експерименти припинили чи зупинили з різних економічних та політичних причин припинили, інші – продовжуються.

За експериментальне дослідження, в результаті якого визначено новий підхід в боротьбі з глобальною бідністю, вченим А. Банерджі, Е. Дюфло, М. Кремеру із Гарвардського університету присуджено Нобелівську премію з економіки за 2019 рік [2]. Вчені провели більше двадцяти років польової роботи серед найбідніших прошарків населення в десятках країн на п'яти континентах, що дало можливість їм переосмислити економіку бідності і запропонувати альтернативний спосіб, як її перемогти. Їх підхід полягає в тому, що важливий не обсяг коштів, які виділяють на ту чи іншу програму, а ефективність їх використання. Автори експерименту дійшли до висновку, що фінансування локальних (точкових) програм у сферах освіти та охорони здоров'я (наприклад, надання правильних стимулів вчителям або пацієнтам) може бути набагато важливішим і ефективнішим, ніж просте збільшення ресурсів, які виділяються на освіту або медицину.

Результати експерименту американських вчених переконують в необхідності більш активного використання мікрофінансування конкретних програм в соціальних сферах з метою зменшення бідності. Цей підхід привернув увагу Світового Банку, інших міжнародних організацій і урядів різних країн. З огляду на обмежені економічні можливості для досягнення європейських соціальних стандартів, доцільно проаналізувати та визначити можливості використання висновків даного експерименту в Україні.

Список літератури

1. Моніторинг глобальної бідності: звіт комісії з питань глобальної бідності Світового банку <http://documents.worldbank.org/curated/en/353781479304286720/Monitoring-global-poverty-report-of-the-commission-on-global-poverty>

2. А.Банерджі, Е.Дюфло. Економіка бідності. Як звільнити світ від злиднів. – К.: Наш формат, 2018.

Щурикова А. П.
студентка, юридичний факультет,
Національний авіаційний університет
Науковий керівник:
Кунєв Ю. Д.
д. ю. н., професор,
Національний авіаційний університет

ПРАВОВА ПРИРОДА ТА МІСЦЕ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРАВА В СИСТЕМІ ПРАВА

Слід розпочати саме з поняття «інформаційного права», адже саме це база для вивчення його правової природи і місця. Інформаційне право, з одного боку – це нова комплексна галузь права, що вивчає інформаційні відносини, як предмет правового регулювання, суб'єкти і правовий режим інформаційних процесів в сучасному суспільстві, а з іншого боку – це система норм права, що регулює суспільні відносини в інформаційній сфері суспільства.

Правова природа інформаційного права являє собою достатньо велику складову підсистему в системі національного права, що має приватно-правову і публічно-правову складові. Якщо ж розглядати через призму предмету правовідносин то, інформація пов'язана як з провідними галузями права, такими як конституційне, адміністративне, цивільне чи кримінальне, так і з іншими комплексними галузями права, до прикладу з фінансовим чи господарським, також не менш важливим є те, що вона пов'язана і з спеціальними галузями права (повітряним, транспортним тощо).

Основним нормативно-правовим актом, що регулює питання інформаційних відносин в Україні, є Закон України «Про інформації», у якому зазначено, що інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому середовищі [1, с. 9].

При визначенні місця інформаційного права, потрібно врахувати наступні основні позиції:

1) зважаючи на специфіку предмета й метод інформаційного права, можна чітко визначити його відмінність від деяких інших галузей права, до складу яких зазвичай вводилися інформаційні норми. До прикладу, це можна розглянути через відмінність адміністративного права. Його предмет являє собою сукупність суспільних відносин, які виникли у процесі організації і функціонування органів державного управління і здійснення ними заходів адміністративно-правового примусу і притягнення до адміністративної відповідальності, а в інформаційному праві основу складають загальні дозволи;

2) статус інформаційного права. На сьогодні можна говорити про інформаційне право як про галузь законодавства, що об'єднує нормативно-правовий матеріал, яким регулюється відносно відособлена група суспільних відносин, застосовуючи при цьому специфічні методи регулювання;

3) динамічність інформаційного права, формування якого відбувалося завдяки таким чинникам, як: посилення ролі прав і свобод людини та громадянина в інформаційній діяльності суспільства і держави, розвиток інформаційних технологій, офіційне визнання процесів глобалізації та формування інформаційного суспільства і пов'язаних з ними змін у виробничій, політичній та соціальній сферах суспільного життя.

Виходячи з вищесказаного, можна чітко визначити, що інформаційне право в юридичній науці є міжгалузевою комплексною дисципліною, об'єкт дослідження якої – це суспільні відносини, предметом яких є інформація.

Отже, інформаційне право являє собою молоду галузь права, яка ще знаходиться у постійному розвитку, але вже займає чітку позицію у системі національного права.

Список літератури

1. Кормич Б. А. Інформаційне право Підручник. Рекомендовано МОН України для вищих навчальних закладів /Б. А. Кормич. – Х.: Бурун і К, 2011. – 334 с.
2. Інформаційна безпека людини як споживача телекомунікаційних послуг : Монографія / І. В. Арістова, Д. В. Сулацький ; НДІ інформатики і права НАПрН України. – К. : Право України ; Х. : Право, 2013. – 184 с.
3. Цимбалюк В.С. Інформаційне право: Монографія. Київ: «Освіта України», 2010. 388 с.

УДК 330.366:334.716(045)

Карпінська Г. В.

к. е. н., старший науковий співробітник,
старший науковий співробітник відділу розвитку підприємництва,
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України

ПРИНЦИПИ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні тенденції функціонування підприємств промисловості України, актуалізують питання пов'язані з вирішенням проблем їх збалансованого розвитку з позицій необхідності забезпечення процесу відтворення їх виробничого капіталу. Так, зокрема ступінь зносу основних фондів підприємств промисловості в останні роки становить майже 77% (76,9%), сальдо фінансових результатів має від'ємне значення – 181360,9 млн.грн. Відсоток збиткових підприємств коливається в межах 27-37%.

Сучасний стан, перспективи та проблеми управління і розвитку промислових підприємств досить ґрунтовно висвітлені у працях відомих вітчизняних учених, таких як: О. І. Амоша [1], Б. В. Буркинський [2], А. І. Бутенко [3], В. М. Геєць [4], В. І. Ляшенко [5] та ін. Теоретичні засади та практичні аспекти управління збалансованим розвитком досліджені в працях вітчизняних науковців С. В. Ковереги [6], Н. Г. Белопольського, О. В. Кузьміної [7] та ін. Аналіз публікацій цих авторів дозволяє стверджувати, що, незважаючи на їхню високу наукову і практичну цінність, існує потреба в системному та комплексному вивченні проблем оцінки та забезпечення збалансованого розвитку промислового підприємства. Досі актуальними залишаються питання, пов'язані з визначенням сутнісних характеристик, принципів збалансованого розвитку, формуванням стратегічних альтернатив та механізмів їх реалізації з позицій забезпечення відтворення їх виробничого капіталу. Здійснений контент аналіз наявних визначень та характеристик таких категорій, як соціально-економічна система, функціонування, розвиток, сталий розвиток, збалансований розвиток дозволили сформуванню авторське визначення поняття збалансований розвиток промислового підприємства, як виробничої, соціально-економічної системи, зокрема: це процес послідовної зміни станів системи, кожен з яких кількісно та якісно ліпший порівняно з попереднім, за такими її складовими, як фінансова, матеріальна, трудова та інноваційна, при збереженні власної цілісності підприємства для забезпечення безперервності розширеного відтворення його виробничого капіталу.

Оскільки, основою функціонування промислового підприємства є процес відтворення його виробничого капіталу, то підґрунтям побудови концепції «забезпечення збалансованого розвитку промислового підприємства» повинні стати відповідні принципи. Дослідження методологічних засад збалансованого розвитку, дозволило авторові сформуванню власне бачення, стосовно його принципів. Так зокрема, пропонується наступне визначення: принципи збалансованого розвитку промислового підприємства – це ключові правила діяльності, яких повинні дотримуватися суб'єкти (власники, керівники, менеджери, робітники), що забезпечать розширене відтворення його виробничого капіталу (збалансований розвиток), використовуючи його внутрішні резерви та зовнішні можливості.

Ключовими правилами збалансованого розвитку, на думку автора, повинні бути:

– системність – забезпечення розвитку всіх складових підсистем підприємства (фінансової, матеріальної, трудової, інноваційної) відповідно до вимоги забезпечення розширеного відтворення його виробничого капіталу. Так зокрема, фінансова складова підсистеми промислового підприємства забезпечує відтворення грошового капіталу

підприємства, який матеріалізується у предмети та засоби праці у матеріальній складовій. Матеріальна складова, у свою чергу, забезпечує відтворення основних та обігових засобів підприємства у процесах його матеріально-технічного забезпечення, виробництва та збуту продукції. Трудова складова забезпечує відтворення робочої сили підприємства з позицій оновлення і поповнення кількісного та якісного кадрового складу. Інноваційна складова забезпечує розвиток зазначених складових на новій більш прогресивнішій (удосконаленій) основі;

– динамічність – забезпечення позитивних кількісних та якісних змін на підприємстві та приведення у відповідність цілей та спонукальних стимулів власників, менеджерів, фахівців, працівників вимогам забезпечення безперервності та ритмічності здійснення фаз матеріально-технічного забезпечення, виробництва та збуту продукції;

– повнота циклу відтворення – забезпечення отримання достатнього фінансового капіталу для здійснення наступного виробничого циклу та розвитку підприємства;

– адаптивність – полягає в підтримці обміну ресурсами та резервами, які задіяні, або тимчасово не задіяні у виробничо-господарської діяльності підприємства між внутрішніми підсистемами підприємства; коригуванні системою управління цілей та завдань відповідно до змін зовнішнього середовища та умов функціонування; вдосконалені підсистем та процесів з метою забезпечення розширеного відтворення виробничого капіталу промислового підприємства;

– відкритість – забезпечення спроможності підприємства залучати зовнішні джерела фінансування і забезпечувати ефективне використання інвестиційних ресурсів для забезпечення розширеного відтворення виробничого капіталу промислового підприємства;

– альтернативність – полягає у розробці та виборі найкращих стратегічних варіантів збалансованого розвитку на основі критеріїв їх ефективності;

– орієнтація на створення конкурентних переваг підприємства – полягає у розробці певних стратегічних альтернатив збалансованого розвитку, що направлені на створення виняткових властивостей підприємства (продукт, технологія, послуги, ресурси та т.ін.) порівняно з іншими;

– «розумна» орієнтація інноваційної діяльності підприємства – полягає у спрямуванні інноваційної діяльності підприємства на оновлення основних виробничих фондів підприємства, технологій виробництва і управління якісно новими, прогресивнішими; на задоволення потреб і запитів споживачів шляхом виробництва нової та удосконаленої продукції; на інтелектуальний розвиток трудових ресурсів підприємства.

Таким чином, у роботі запропоновано сукупність наукових принципів забезпечення збалансованого розвитку промислового підприємства, реалізація яких дозволить забезпечити розширене відтворення його виробничого капіталу.

Список літератури

1. Амоша А.І., Саломатіна Л.М. Інноваційний розвиток промислових підприємств у регіонах: проблеми та перспективи. *Економіка України*. 2017. №3(664). С.20-34
2. Буркинський Б.В. Трансформація моделей розвитку підприємства / Б.В. Буркинський. Одеса : ПЕЕД НАНУ, 2001. 356 с.
3. Бутенко А.І. Концептуальні підходи до мотивації в інноваційній діяльності підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2015. №1 (17). URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n1.html>
4. Інноваційна Україна 2020 : національна доповідь / за заг. ред. В.М. Гейця та ін. Київ: НАН України, 2015. 336 с.
5. Харазішвілі Ю.М., Ляшенко В.І. Проблеми оцінки та інтегральні індекси сталого розвитку промисловості України з позицій економічної безпеки. *Економіка України*. 2017. № 2 (663). С. 3-23.
6. Коверга С.В. Моделі та методи прийняття рішень у сфері управління збалансованим розвитком промислових підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2016. № 1. С.144-156
7. Белопольський М.Г., Кузьміна О.В. Обґрунтування стратегії збалансованого розвитку промислових підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету*. 2016. № 6. С.23-33

УДК 338.45

Петрик В. Л.

к. т. н., доцент,

доцент кафедри економіки та маркетингу,

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ»

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ

Питання економічного розвитку промислових підприємств України є одним з актуальних з точки зору необхідності забезпечення зростання і оновлення економіки країни. Потрібно формування цілісного і системного уявлення про напрямки та завдання розвитку, узгодженої з усіма економічними агентами програми перетворень.

Промисловий сектор надає найбільший ефект на розвиток економіки країн з різним рівнем економічного розвитку, формуючи самим фундамент для стійкого соціально-економічного розвитку країн: виробляє значну частину ВВП, гарантує отримання великої частки експортних доходів, стимулює інноваційну діяльність, наповнює податковими платежами державну казну, створює і підтримує мільйони робочих місць.

Промисловість в Україні є однією з провідних галузей національного господарства, яка формує фундамент соціально-економічного розвитку країни.

Обмеження, що стримують розвиток промислової галузі, негативно впливають на всю економіку країни, а саме [1]:

- стагнація промисловості спричинює послаблення національної економіки;
- погіршення технологічної структури промисловості призводить до зниження конкурентоспроможності економіки;
- малі обсяги витрат на науку та інновації не забезпечують потреб технологічної трансформації промисловості;
- нестача доходів підприємств промисловості обмежує забезпечення власним інвестиційним ресурсом відтворення виробничого потенціалу;
- низька продуктивність промисловості за обсягом створеної доданої вартості є відображенням деіндустріальної моделі економіки;
- брак інвестиційних ресурсів та несприятливий інвестиційний клімат гальмує розвиток індустріального бізнесу;
- галузевий розподіл інвестицій, що орієнтований на низькотехнологічні галузі, не забезпечує структурно-технологічну модернізацію виробництва;
- висока залежність від імпорту засобів виробництва поглиблює технологічну залежність національної економіки;
- недосконалість товарних ринків ускладнює конкурентне середовище для промислового бізнесу;
- несприятливі умови для промислового експорту стримує розширення виробництва;
- низький рівень продуктивності праці за вимірами створеної доданої вартості;
- невідповідність кадрового забезпечення потребам промисловості обмежує можливості її модернізації;
- виробнича інфраструктура не задовольняє потреби індустріального розвитку.

Існуючий потенціал промисловості в економіці та огляд обмежень, що стримують розвиток галузі, дає підстави говорити про необхідність удосконалення державної промислової політики, розроблення заходів для адекватного розв'язання існуючих проблем, а отже, досягнення цілей індустріального зростання та оновлення економіки.

Машинобудування є головною галуззю вітчизняної промисловості. Ринок машинобудівної продукції є надважливим для України, оскільки його основними складовими є продукція таких галузей, як авіаційне, транспортне та енергетичне

машинобудування, автомобілебудування, верстатобудування, а також машинобудування для нафтохімічної й хімічної, металургійної та гірничодобувної промисловості.

Загалом сучасний машинобудівний комплекс об'єднує в собі 11073 підприємства, з яких 136 – великих, 1750 – середніх, 9187 – малих підприємств з виробництва машин, обладнання, приладів, апаратури, транспортних засобів. Тут зосереджено понад 15% від вартості основних засобів, майже 6 % оборотних активів української промисловості та понад 22 % чисельності найманих робітників [2; 3].

Зазначимо, що стан машинобудування в Україні не є критичним. На даний час є діючі підприємства, які володіють високим технологічним потенціалом. Наприклад, в авіаційну промисловість України надходить найбільший обсяг інвестицій. Це пояснюється ефектом масштабу, а не реальною привабливістю галузі для інвесторів. Інвестиції в машинобудування в цілому, які формують цикли економічного зростання та забезпечують інноваційний розвиток, є дуже незначними. Розмір інвестицій у галузь машинобудування становить лише 4,6% загального інвестиційного ресурсу в Україні [3].

На даний час українським авіабудівним підприємствам складно конкурувати з такими країнами як США, Німеччиною, Францією, але поступово українська авіаційна промисловість набирає обертів і має шанси для розширення списку країн-експортерів. Розглянемо основні перешкоди для розвитку авіаційної промисловості України [3].

1. Мала частка світового ринку.
2. Недостатній обсяг послуг з технічного обслуговування й ремонту після продажу літаків, що є ключовим фактором при їх збуті, особливо на міжнародних ринках.
3. Невелика частка молодих фахівців, відтік спеціалістів (особливо висококваліфікованих) у розвинуті країни.
4. Брак загальної державної підтримки. Авіабудування у більшості країн підтримується урядом як у виробництві, так і у фінансуванні замовників продукції. Найчастіше допомога держави здійснюється через підтримку науково-дослідних робіт та інновацій.
5. Відсутність власного виробництва важливих комплектуючих. Ще декілька років назад вітчизняні авіабудівні заводи співпрацювали переважно з російськими виробниками комплектуючих, то наразі поставки необхідних вузлів і агрегатів надходять з 5-6 країн. Зазначена ситуація пов'язана з відсутністю в Україні власного виробництва систем життєзабезпечення та кондиціонування. Крім того, існують труднощі з виробництвом ряду двигунів, сертифікованих в Європі та на інших пріоритетних ринках, за якими українські підприємства не мають ліцензії на виконання навіть ремонтних робіт.
6. Неefективна система визначення пріоритетів у розвитку авіаційної промисловості (недостатнє врахування кращого світового досвіду).
7. Недостатньо чітка система визначення перспективного попиту на літаки певних моделей як на внутрішньому, так і на міжнародних ринках.
8. Нерозвинена система стимулювання попиту на українську продукцію та її продажів.
9. Значний термін підготовки моделей літаків до серійного випуску, що може призвести навіть до їх морального старіння ще до початку випуску.

Існуючий потенціал промисловості в економіці та огляд обмежень, що стримують розвиток галузі, дає підстави говорити про необхідність удосконалення державної промислової політики, розроблення заходів для адекватного розв'язання існуючих проблем, а отже, досягнення цілей індустріального зростання та оновлення економіки.

Список літератури

1. Розвиток промисловості для забезпечення зростання та оновлення української економіки : науково-аналітична доповідь / за ред. д-ра екон. наук Дейнеко Л.В. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2018. – 158 с.
2. Статистичний щорічник України за 2018 рік. [Електронний ресурс] // Державна служба статистики України. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua
3. Чевганова В. Я., Перевертайло, Т. С. Конкурентоспроможність продукції машинобудування: реалії та можливості [Електронний ресурс] // В. Я. Чевганова, Т.С. Перевертайло – Режим доступу: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-43](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-43)

Антохов А. А.

д. е. н., доцент кафедри економічної теорії,
менеджменту та адміністрування,

Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича,

Максимюк Т. В.

студентка 6-го курсу

кафедри економічної теорії, менеджменту та адміністрування,

Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

ВПРОВАДЖЕННЯ ОПТИМАЛЬНИХ УМОВ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ, ЯК ЗАПОРУКА ФОРМУВАННЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ

Поняття «середній клас» з'явилося в науці тоді, коли в результаті зростання добробуту зникло жорстке протистояння багатих і бідних, при якому інші групи суспільства становили лише незначну меншість. Важливо відзначити, що середній клас в сучасному суспільстві розглядається як основа демократичної держави і громадянського суспільства. «Найважливіша характеристика демократичного суспільства – наявність в ньому численного середнього класу, здатного впливати на політичне та економічне життя і виконувати в соціумі стабілізуючу роль» [1].

Розглядаючи поняття «середній клас» на теоретичному рівні, багато авторів роблять акцент на його функціях, через які описують його як гаранта стабільності суспільства, його благополуччя. У той же час дані характеристики приписуються і малому бізнесу, але з великим акцентом на економічну (матеріальну) складову даної соціальної групи.

В даний час малий бізнес в Україні знаходиться в умовах, вельми віддалених від моделі ринкових відносин які б сприяли його повноцінному розвитку і функціонуванню. З огляду на це, на наш погляд, потрібно говорити не про формування стратегії для розвитку малого бізнесу, оскільки стратегій розвитку вже досить як на національному, так і на регіональному рівні, а про створення сприятливих умов і про стимулювання малого бізнесу. Створення сприятливих умов для малого бізнесу неможливо без підтримки з боку державних і регіональних органів, але це повинна бути підтримка і стимулювання, а не контролювання і нагляд.

З огляду на складності, проблеми та перешкоди малого бізнесу, можна виділити кілька напрямків, в яких потрібно працювати:

1. Продовжувати розвиток культури підприємництва і ділових відносин. Підприємці зазвичай достатньо поінформовані про діяльність різних організацій, об'єднань, асоціацій, а також про різні заходи і програми які проводяться з метою розвитку малого підприємництва. Тому необхідно підтримувати як діяльність даних організацій, так і їх взаємодію з підприємцями.

2. Здійснювати заходи щодо стимулювання безперервного процесу підвищення конкурентоспроможності малого бізнесу. Величезною проблемою для малого бізнесу є професійна невідповідність управлінських кадрів і персоналу взагалі. У переважній більшості власники малих підприємств не мають спеціальної профільної освіти, що позначається на їх конкурентоспроможності. Тому необхідно пропагувати навчання та отримання освіти підприємцями, особливо в галузі менеджменту і адміністрування та оволодіння відповідними компетенціями. Збільшити конкурентоспроможність малого бізнесу також можливо за умови забезпечення рівного доступу для малих підприємств до державного майна і преференцій при розміщенні державного замовлення в регіонах, а також за участю в різних тендерах і державних закупівель в системі Prozorro.

3. Удосконалення нормативно-правової бази в цілях скорочення адміністративних бар'єрів діяльності малого бізнесу. Слід зазначити, що система податків, мит і все те, що прийнято називати публічно-правовим регулюванням економіки, може істотно розширити

або, навпаки, звести до мінімуму принципи вільного підприємництва [2]. Мало перспективним виглядає для малого бізнесу і нововведення нового уряду щодо обов'язкового касового обслуговування. Введення обов'язкового РРО призведе до підняття цін на продукцію та зменшить перспективи підвищення заробітної плати.

5. Усунення адміністративних бар'єрів. Адміністративні бар'єри перешкоджають не тільки створенню малого підприємства, скільки його розвитку, зростання і спонукають підприємців вести свій бізнес в тіньову сферу.

6. Організаційна та матеріально-технічна допомога суб'єктам малого підприємництва. Матеріально-технічне забезпечення підприємств малого бізнесу здійснюється в недостатньому обсязі і несвоєчасно. Обмежено для них доступ до високих технологій, так як їх купівля вимагає значних фінансових витрат [3].

Робота в наведених вище напрямках дозволить малому бізнесу збільшити свою ефективність в матеріальному плані, що в свою чергу відіб'ється і на рівні доходів безпосередніх працівників підприємств і дозволить наблизитися до рівня заробітку і ступеня споживання представників «середнього класу» в теоретичних уявленнях.

Однак необхідно не забувати і про суб'єктивну складову потенційних представників середнього класу. В даному напрямку необхідно провести інформування малих підприємств про середній клас. Саме таке інформування орієнтоване на збільшення і зміну складу знань про поняття «середній клас», на зміну інтенсивності і спрямованості певного типу установок щодо даного поняття, збільшення інформації про роль середнього класу в сучасному українському суспільстві.

Реалізація запропонованих заходів з інформування може бути реалізована за рахунок надання інформації про роль середнього класу в сучасному суспільстві, усвідомлення її суб'єктивної значущості і самоідентифікації себе з даною групою. Особливе значення потрібно приділити соціальним характеристикам середнього класу таким як гарант стабільності суспільства і його політичної активності.

Крім цього необхідне формування позитивної думки про підприємців як потенційних представників середнього класу як серед самих підприємців так і серед населення. Тут в першу чергу необхідно приділяти увагу значній відповідності середнього класу і підприємців малого та середнього бізнесу за різними характеристиками. До особистісних характеристик можна віднести хороші інтелектуальні якості і професіоналізм, комунікабельність, здатність до орієнтації в екстремальних ситуаціях, вольові та інтелектуальні якості.

Список літератури

1. Яцур А.В. Методика идентификации среднего класса как механизма обеспечения экономической безопасности / А.В. Яцур // УЭКС. – 2012. – № 43 (7) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/metodika-identifikatsiisrednego-klassa-kak-mehanizma-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti>.
2. Швець Г. Сучасні тенденції малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / Г.Швець. - Режим доступу: http://econf.at.ua/publ/konferencija_2016_10_20_21/sekcija_5_ekonomichni_nauki/suchasni_tendenciji_malogo_pidpriemnictva_v_ukrajini/54-1-0-1333
3. Romans'ka, O. (2016), «What support do entrepreneurs expect?», available at: <http://platforma-msb.org/yaku-pidtrymku-ochikuyut-pidpryyemtsi> (Accessed 30 Nov 2018).

УДК 35.085

Гордієнко І. В.

студент гр. ДС-20-17А магістратури державного управління
Навчально-наукового інституту післядипломної освіти,
Донецький національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Житлово-комунальне господарство України є важливою галуззю, яка забезпечує населення, підприємства та організації необхідними житлово-комунальними послугами,

суттєво впливає на розвиток економіки країни і є однією з найменш реформованих сфер національної економіки. Житлово-комунальне господарство України можна розглядати як соціально-економічний комплекс специфічних господарських структур та об'єктів, що діють з метою утримання (збереження і розвитку) житлового фонду та комунального обслуговування як користувачів цього житлового фонду, так і різних установ, підприємств та організацій.

На сьогодні сфера житлово-комунального господарства, є однією із найбільш важливих, оскільки вона пов'язана із забезпеченням належних умов існування людини, створенням максимально комфортних та безпечних умов її життєдіяльності.

Житлово-комунальне господарство України як основа соціальної сфери життя людини є однією з найменш сучасно оснащених галузей народного господарства [1]. Кризові явища в суспільстві та залишковий принцип фінансування сектора призвели до подальшого суттєвого загострення проблем в різних його підгалузях [2].

Головною причиною низької ефективності діяльності житлово-комунального господарства є технологічна застарілість, обумовлена тривалою, загальною для всієї національної економіки «інвестиційною паузою», затяжний характер якої посилюється для підприємств галузі через політизацію тарифоутворення. Неефективне функціонування житлово-комунального господарства призвело до збільшення його збитковості. Тому сьогодні особливо гостро відчувається потреба в переведенні всієї сукупності його видів діяльності в режим безбиткового функціонування без зниження якості житлово-комунальних послуг та безпечного проживання їх споживачів, що є однією з найважливіших задач національного масштабу [3].

Проведення системних перетворень у цій сфері, запровадження ринкових механізмів функціонування житлово-комунального господарства потребує підвищення ефективності державного регулювання. Основними завданнями державного регулювання є стимулювання мінімізації вартості послуг, забезпечення ефективного їх виробництва і нормального прибутку виробникам та постачальникам послуг [3].

Методи державного регулювання сфери житлово-комунального господарства передбачають податкове регулювання, бюджетне регулювання (субсидування), стандартизацію та контроль якості послуг, захист конкуренції, регулювання тарифів, екологічне регулювання.

Податкове регулювання реалізується через запровадження системи пільг для підприємств житлово-комунального господарства, що здійснюють модернізацію, запроваджують інновації та програми енергозбереження.

Бюджетне регулювання здійснюється на основі адресного субсидування. Регулювання тарифів передбачає встановлення економічно обґрунтованих нормативів, структури витрат та розміру прибутку в тарифі на послуги житлово-комунального господарства.

Екологічне регулювання у формі штрафів та санкцій за забруднення навколишнього середовища.

До системи суб'єктів адміністративно-правового регулювання у сфері житлово-комунального господарства, окрім органів загальної компетенції, відносяться: відділ регіонального розвитку та житлово-комунального господарства районної державної адміністрації; виконавчі органи сільських, селищних, міських рад (відділи, управління та інші).

Головним органом у системі центральних органів виконавчої влади з формування та забезпечення реалізації державної житлової політики і політики у сфері будівництва, архітектури, містобудування та житлово-комунального господарства є Міністерство розвитку громад і територій України. Регіональними органами управління, підзвітними і підконтрольними йому, є відповідні органи регіонального розвитку та житлово-комунального господарства: головні управління обласної державної адміністрації; відділ районної державної адміністрації; управління (відділи) районної у Києві.

З метою стабільного функціонування житлово-комунального господарства галузь потребує кардинальних змін, які передбачають, насамперед, формування її нової структурної побудови, яка б поєднувала найкращі надбаня зарубіжних моделей управління житлово-комунальним господарством та сучасні досягнення інформаційно-технологічного розвитку. Рациональне державне регулювання ставить за мету не протистояння механізму ринкового регулювання й не підміну його, а свідоме виконання регулюючого потенціалу, надання ринковим регуляторам цілеспрямованого характеру, що сприяє досягненню поставлених державою цілей і пріоритетів з найменшими економічними та соціальними витратами.

Серед ключових напрямків вдосконалення механізму державного регулювання житлово-комунального господарства можна виділити: удосконалення нормативно-законодавчої бази, механізму створення інституту відповідальних власників житла, удосконалення цінової та тарифної політики і підвищення якості житлово-комунальних послуг, удосконалення фінансово-стабілізаційної політики, системи управління житлово-комунального господарства, політики соціального захисту. З метою вдосконалення системи публічного управління у сфері житлово-комунального господарства України доцільним є впровадження електронного урядування як сучасного організаційно-правового механізму взаємодії органів влади з громадянами в системі електронного уряду, з використанням послуг он-лайн.

Реалізація напрямків удосконалення державного регулювання розвитку житлово-комунального господарства дозволить підвищити ефективність функціонування житлово-комунального господарства, забезпечити споживачів якісними житлово-комунальними послугами, підвищити надійність систем життєзабезпечення населених пунктів.

Список літератури

1. Куш О.Є., Державна політика в сфері житлово-комунального господарства. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2017. №6. С.208-211.
2. Житловий фонд України: статистичний збірник. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Петрушевський Ю. Л. Державне регулювання процесу реформування житлово-комунального господарства: підсумки та перспективи. *Економіка промисловості*. 2011. № 4. С. 69-75.

УДК 332.144

Самборська О. В.

студент гр. ДС-20-17Б магістратури державного управління
Навчально-наукового інституту післядипломної освіти,
Донецький національний технічний університет

ДЕРЖАВНЕ РЕГІОНАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Важливу роль серед галузей невиробничої сфери відіграє житлово-комунальне господарство України, що являє собою багатогалузеву технічно забезпечену галузь із розгалуженою структурою, яка містить комплекс послуг, спрямованих на задоволення першочергових життєвих потреб населення.

Сучасні науковці акцентують увагу на тому, що житлово-комунальне господарство – це самостійна сфера економіки, основною метою функціонування якої є задоволення потреб населення і підприємств у послугах, що забезпечують нормальні умови життєдіяльності, зокрема, в обслуговуванні житлового фонду, до якого належать будинки і помешкання, що використовуються як житло [1].

Житлово-комунальне господарство є однією з основних ланок господарювання, яке безпосередньо впливає на якість життя людини. В умовах децентралізації житлово-комунальне господарство є однією з найважливіших складових іміджу регіональних органів влади. Тобто, від того на скільки органи державної регіональної влади регулюють політику

у сфері житлово-комунального господарства, залежить якість надання житлово-комунальних послуг населенню та створення необхідних умов для розвитку цієї сфери [2].

Значні регіональні відмінності у забезпеченні населення комунальними послугами свідчать про те, що в багатьох регіонах України частина населення, що проживає в будинках, не обладнаних центральним опаленням, має постійно турбуватися про придбання палива. Це часто пов'язане зі значними втратами часу і сил, і не лише ставить цю частину населення в менш вигідні умови та відволікає від продуктивної виробничої діяльності, а й нерідко призводить до помітного погіршення її результатів [3].

Частка комунального господарства як високорозвиненої галузі в економіці України досить висока. Завдяки його розвитку постійно поліпшується зовнішній вигляд населених пунктів. Важливим напрямом сфери комунального обслуговування є зовнішнє впорядкування міст і сільських населених пунктів, розвиток зеленого господарства. В Україні спостерігається тенденція до розширення зелених насаджень, створення нових парків, скверів, захисних зон, лісопарків, розширюються площі насаджень загального користування як у містах, так і в сільських населених пунктах. Підвищується рівень декоративно-художнього оформлення вулиць, скверів, парків. Діяльність комунального господарства підпорядкована створенню оптимальних умов для праці, відпочинку, побуту, дозвілля людей.

Таким чином, у розвитку житлово-комунального господарства можна виділити низку стійких позитивних тенденцій, які дають підстави стверджувати, що останнім часом в галузі відбуваються позитивні зрушення. Серед них доцільно виділити такі: процес приватизації державного житлового фонду; передача відомчого житлового фонду, інших об'єктів соціального призначення в муніципальну власність, що дало змогу значною мірою звільнити промислові підприємства від виконання соціальних функцій і підвищити ефективність їх діяльності; суттєве підвищення частки платежів населення в оплаті житлово-комунальних послуг при зниженні частки бюджетного дотування галузі та забезпечення адресної захищеності малозабезпечених сімей; розвиток конкуренції у сфері обслуговування житлового фонду [3].

Проведений аналіз дав змогу виділити також низку негативних тенденцій у розвитку регіональної організації житлово-комунального господарства України, зокрема: відсутність суттєвих правових відмінностей між житлом, що перебуває на умовах соціального найму, і житлом, яке перебуває у приватній власності; невисока динаміка створення товариств власників житла для управління загальною власністю у багатоквартирних будинках через низьку активність населення та незацікавленість представників місцевих органів влади в допомозі створеним товариствам; серйозні суперечності між інтересами державних і місцевих органів управління, які мають як об'єктивний, так і суб'єктивний характер.

Кожний регіон, стикаючись з проблемами житлово-комунального господарства, вирішує їх по-своєму, однак є їй загальні підходи і способи вирішення проблем. До них відноситься цикл стратегічного планування розвитку житлово-комунального господарства регіону, який можна представити в такому вигляді: обґрунтування цілей розвитку житлово-комунального господарства регіону, аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища розвитку житлово-комунального господарства регіону, визначення сильних і слабких сторін житлово-комунального господарства регіону, використання наявних і створення нових місцевих переваг, розробка концепції розвитку житлово-комунального господарства регіону [2].

До основних чинників, що визначають ефективність функціонування житлово-комунального господарства в регіонах України відносяться: нормативно-правове забезпечення діяльності перетворених організацій житлово-комунального комплексу; формування інституціонального середовища й системи функціонування житлово-комунального господарства; раціоналізація джерел і механізмів фінансування; розвиток конкуренції між учасниками житлово-комунального обслуговування; застосування ресурсозберігаючих технологій; підготовка й перепідготовка кадрів виконавців та

управлінців; використання організаційно-правових форм правління діяльністю житлово-комунального господарства, заснованих на співпраці з мешканцями.

Найважливішими закономірностями розвитку житлово-комунального господарства міста є: оптимізація структури житлово-комунального господарства міста у процесі взаємодії з іншими елементами соціальної інфраструктури; першочергове створення необхідних ресурсних передумов для розвитку соціальної інфраструктури; забезпечення високої соціальної спрямованості; постійне вдосконалення організаційно-економічного механізму на засадах використання фінансових та організаційних важелів.

Таким чином, в сучасних умовах функціонування житлово-комунального господарства стратегічні напрямки управління розвитком житлово-комунального господарства на рівні міста має базуватись на таких основних принципах: пріоритетність платоспроможного права всіх споживачів щодо задоволення їх потреб в якісних житлово-комунальних послугах; забезпечення громадян із низьким рівнем доходів житлово-комунальними послугами відповідно до державних соціальних стандартів; удосконалення системи управління житлово-комунальним господарством; стимулювання інвестиційних процесів у галузі житлово-комунального господарства; ресурсозбереження; прозорість прийняття рішень стосовно тарифної політики.

Список літератури

1. Ефименко И. А. ЖКХ как сфера нормального функционирования жизнедеятельности населения. *Бизнесинформ*. 2009. № 11 (2). С. 35-36.
2. Лук'янов В.І. Регіональні аспекти державного регулювання розвитку житлово-комунального господарства. *Соціальна економіка*. 2017. № 2. С. 120-124.
3. Лук'янов В. І. Стратегічні напрями розвитку житлово-комунального господарства регіону. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2014, № 5 (29) С. 99-107.

UDC 316.7

Tomalia T. S.

Ph.D., Associate Professor,
Department of management, administration and
hotel-restaurant business,
Khmelnitsky National University,
Synicka K. V.
student,
Khmelnitsky National University

PROBLEMS OF GENDER POLICY IN UKRAINE

Gender policy is the affirmation of the partnership of articles in the definition and realization of political goals, objectives and methods of their achievement in the activities of political structures of the state, political parties, socio-political associations. Gender does not refer to purely biological or anatomical features that distinguish men and women, but to socially shaped traits of “femininity” and “masculinity”. That is, the concept of gender means the psychological, social and cultural difference between men and women. Gender equality is a society in which both women and men have equal opportunities, rights and responsibilities in all walks of life. Equality between women and men is when representatives of both sexes have equal access to education and health care, governance and power, have equal opportunities to achieve financial independence, working for someone or running their own businesses, meeting their personal and professional needs and interests. A critical aspect in achieving gender equality is the empowerment of women and greater opportunities in various spheres of society, as well as the involvement of men in the process of achieving gender equality.

The roles played by women and men in society are only biologically and significantly socially

defined to a very small extent. They are constantly changing. However, due to culture or religion, these roles vary depending on geographical location and temporal changes. The main international instrument for gender equality is the Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women (CEDAW). This document is the only comprehensive international universal document binding States to guarantee women's rights and to combat discrimination against women in areas such as education, labor, health, family policy, financial, legislative and socio-political spheres.

The United Nations, whose mission is to end poverty in the world, argues that this «goal is directly related to women's rights and that societies where women are not equal with men's rights and opportunities will never be able to achieve sustainable development». Thus, the promotion of equality between men and women is seen as a call for greater economic prosperity.

Promoting gender equality is one of the most important indicators and basic standards of democratic development. Awareness of the importance of the role of institutional mechanisms for the improvement of the status of women and the need to create such mechanisms occurred during the 1970s. In the 1980s, women from around the world started an active international movement for women's rights. The consequences of this activity are particularly noticeable at the international level. States were the first in history to support the protection of women's rights and called it a "high priority." Gender equality is the concept of achieving equal rights between men and women in all spheres of society.

The First World Conference on Women (1975) gave governments guidance in this area. But it was only in the Beijing Platform for Action (1995) that the question of institutional mechanisms was brought to the fore. Unlike previous documents, which saw the main focus of institutional mechanisms on improving women's status, the Beijing Platform for Action opened up a broader perspective, viewing new institutional arrangements as catalysts for major political change.

Under this new approach, national institutional arrangements were no longer considered to be simple policy-making bodies aimed at improving the status of women, and their main task was to support government agencies in addressing gender issues in all policy areas. The gender issue, which is an important part of state policy, has become particularly important in the country's political processes, given Ukraine's proclamation of a course on European integration. This policy area is an important area in Ukraine's democratic development.

Unfortunately, in most countries of the world there is still a persistent stereotype that the leader is necessarily a man and the secretary (referent) is a woman. Men are expected to strive for power and to reach heights, while women's career ambitions are widely criticized. Naturally, such an ideology influences the division of roles in society, who makes strategic, vital decisions and in whose favor they are made. So, in a country where more men are in power, patriarchy is manifested, laws are mostly «masculine», less attention is paid to women's interests, the issues of exercising their right to motherhood, social programs in this area, and much more than a woman could. to give due attention, having the appropriate opportunity. Just as if women were predominantly in power and there was a «matriarchy», there would be an offset, asymmetry in the opposite direction.

In Ukraine, the weakness of gender policy is the issue of the presence of women in public authorities and local self-government, especially in leadership positions. These bodies are the most gender sensitive among all levels of political power. This makes the process of resolving gender issues by public authorities quite complicated, and often possible only with the cooperation with women's NGOs. But, analyzing the distribution of women and men in managerial positions by category, we observe a sharp decrease in the number of women with increasing category of positions (from 65.2% in positions of sixth category to 9 – the first). The vast majority of men (81.5%) are also civil service professionals, with women in traditionally «male» fields. The lack of gender balance in representation at the highest levels of government has the risk of diminishing the quality and effectiveness of administrative decisions, and hence the risk of slowing down the pace and development of the nation. Therefore, one of the important tasks of personnel policy in Ukraine is to promote the career advancement of women in public service.

Compared with European countries, Ukraine has the lowest level of gender balance in the field of political representation and leadership of state and economic processes. Ukraine's constant sliding into the global gender gap does not indicate a catastrophic deterioration in the country's anti-discrimination policy. Instead, international research findings clearly demonstrate Ukraine's lagging behind global trends and the lack of a productive gender policy, unlike in other countries.

Despite the adherence to international agreements and the adoption of national legislation on equal rights and opportunities for women and men, there is a lack of political will to implement gender transformation at the level of governing bodies of the legislative and executive bodies and at the level of local authorities. Legislative declaration of gender equality, the prohibition of discrimination based on sex in the Ukrainian case does not lead to real changes in this field - they require correction of a considerable number of other legislative acts and sustainability of institutional support with responsible institutions, regulatory sanctions and incentives.

To solve the gender problem, it is necessary to solve the following issues: formation and implementation of the state policy of ensuring gender equality in society; adaptation of the legislation of Ukraine to the legislation of the European Union in the field of gender equality; implementation of gender-legal expertise of legislation and draft normative legal acts; creation of state-legal mechanisms of application of legislation on ensuring equal rights and opportunities for women and men; development and implementation of state targeted programs on gender equality; support for community initiatives aimed at shaping gender culture, overcoming established stereotypes about the role and place of women in society; monitoring the implementation of gender equality in resolving personnel issues in central and local executive bodies; organizing scientific and expert studies on equal rights and opportunities for women and men; involvement of citizens' associations and international NGOs in all gender policy-making processes; ensuring a gender approach to the formation of the state budget; conducting outreach work to eliminate all forms of discrimination.

References

1. Henderna polityka v systemi derzhavnoi sluzhby: poniattia i sutnist - [Elektroni resurs] rezhym dostupu: <http://academy.gov.ua/ej/ej16/txts/12VLOSPS.pdf>
2. Henderna polityka - [Elektroni resurs] rezhym dostupu: https://uk.wikipedia.org/wiki/Henderna_polityka
3. Henderni aspekty derzhavnoi sluzhby : monohrafiia / [M. I. Piren, N. V. Hrytsiak, T. E. Vasylevska, O.M. Ivanytska] ; za zah. Red. Bohdana Kravchenka. - K. : Vyd-vo Solomii Pavlychko «Osnovy», 2002.- 336 s.
4. Hrytsiak N. Formuvannia hendernoi polityky v Ukraini: problemy terii, metodolohii, praktyky: monohrafiia / Natalia Hrytsiak.- K. : Vyd-vo NADU, 2004.-384 s.
5. Pro hendernu polityku v Ukraini - [Elektroni resurs] rezhym dostupu: <http://gendercenter.sumdu.edu.ua/index.php/news/314-pro-hendernu-polityku-v-ukraini>

УДК 336.5

Федоришина О. В.

студентка 3-го курсу,

Хмельницький університет управління та права
імені Леоніда Юзькова

БЮДЖЕТНА ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ

Україна переходить в нову епоху історії та розпочинається етап докорінних змін. Саме органи місцевого самоврядування повинні ефективно взаємодіяти з населенням та втілювати зміни в його життя. Вже декілька років проходить реформа децентралізації влади і важливим аспектом цієї реформи є бюджетна децентралізація.

Бюджетна децентралізація – це процес передачі повноважень управління доходами та видатками з метою збільшення ефективності реалізації даних повноважень та ретельніше управління бюджетними коштами громад [1].

Розвиток інституту місцевого самоврядування відбувається за умови ефективного функціонування системи його фінансового забезпечення. Проте, як ми бачимо механізм фінансового забезпечення в Україні недостатньо розвинутий і розподіл фінансів

здійснюється за складним для розуміння механізмом, який не допомагає органам місцевого самоврядування ефективно діяти.

Органи місцевої влади мають у своєму розпорядженні досить вагомий фінансовий ресурс, але є певні недоліки у системі формування місцевих бюджетів, зокрема:

– істотні протиріччя в нормативно законодавчій базі, що регулюють формування і використання фінансових ресурсів місцевих бюджетів;

– надмірна централізація управління місцевими бюджетами та відсутність чіткого розподілу компетенції щодо вирішення конкретних завдань між центральними органами влади і органами регіонального та місцевого самоврядування;

– часта зміна видів податків і відрахувань від загальнодержавних податків до місцевих бюджетів;

– відсутність єдиних та стабільних нормативів і єдиних правил ув'язки доходів місцевих бюджетів і регіональних податкових надходжень;

– проблема розширення дохідної бази місцевих бюджетів та недостатня самостійність місцевих органів влади та ін. [2, с. 133].

Усунення цих недоліків допоможе підвищити ефективність місцевого самоврядування та покращити ситуацію в країні в цілому.

В Україні існує проблема в законодавчій сфері. Складна політична ситуація та бурхливі зміни в політичному житті призводять до того, що законодавство нестабільне, а також часто виникають колізії між нормативно-правовими актами. Гостро стоїть питання відповідності наявної нормативно-правової бази у фінансовій сфері тенденціям сучасного життя. Тому варто розпочати діяльність саме зі створення відповідних законодавчих актів, які б спрощували саму систему розподілу фінансових ресурсів між органами місцевого самоврядування та органами державної влади, а також створення стратегії бюджетної децентралізації.

Впровадження бюджетної децентралізації має ґрунтуватися не тільки на змінах до діючого законодавства, а насамперед на посиленні фіскальної активності органів місцевої влади щодо наповнення місцевих бюджетів.

Також в процесі бюджетної децентралізації важливим є забезпечення чіткого розмежування повноважень, відповідальностей органів влади різних рівнів і збільшення обсягу власних доходів бюджетів територіальних громад [3, с. 159].

Найбільш результативними заходами для збільшення формування доходів місцевих бюджетів, на нашу думку, є передача до місцевих бюджетів акцизного податку з реалізації суб'єктами господарювання роздрібною торгівлю підакцизних товарів, а також плати за надання адміністративних послуг і державного мита у повному обсязі. Крім цього, держава повинна стимулювати місцеві органи до розвитку бізнесу та виробництва на своїй території, це допоможе підняти рівень власних доходів. Також варто мотивувати ОТГ приймати участь у міжнародних проектах та залучати інвесторів.

В Україні досі фактично не позбулися централізованої моделі формування доходів місцевих бюджетів [1, с. 137]. Тому варто створювати моделі місцевого самоврядування, де повноваження органів місцевого самоврядування були б значно розширені, адже ці органи реально бачуть проблемні сфери певної території та можуть ефективно розвивати громаду без втручання держави.

Отже, бюджетна децентралізація в Україні необхідна для того, щоб створити умови сприятливого для всебічного розвитку людини та середовища, вирішення проблем та надання якісних суспільних послуг, але сам процес має ряд недоліків, які необхідно негайно вирішувати та удосконалювати механізм реалізації.

Список літератури

1. Децентралізація URL: <https://decentralization.gov.ua/>
2. Воронкова О. Фіскальні результати формування місцевих бюджетів у сучасних умовах бюджетної децентралізації. Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. 2018. №2. С. 131–139.
3. Далевська Т. Бюджетна децентралізація: передумови та напрямки реалізації. Світ фінансів. 2016. №1. С. 149–159.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ЕКОНОМІКА, ОБЛІК, ФІНАНСИ ТА ПРАВО: СТРАТЕГІЧНІ
ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

**Збірник тез доповідей Міжнародної
науково-практичної конференції
частина 6
(5 грудня 2019 р.)**

Українською та англійською мовами

Відповідальний за випуск: Загородний І. Д.

Технічний редактор: Нестеренко В. О.

Художній редактор: Михайленко К. В.

Коректор: Остаповець Н. М.

Дизайнери й верстальники: Артеменко А. А, Григоренко Л. О.

Підписано до друку 30.11.2019 р. Формат 60x90/16

Папір офсетний. Друк – ризографія. Умовн. друк. арк. 4,6

Гарнітура Times New Roman.

Наклад 500 примірників. Зам. № 8597

Надруковано у ФОП Сидоренко А. В.

Свідоцтво про державну реєстрацію серія В01 № 710364 від 07.01.2007 р.

36000, м. Полтава, вул. Дмитра Коряка, 3

Всі права захищені.

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів.



Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

