



ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ

**Матеріали VIII Міжнародної
науково-практичної конференції
(23-24 листопада 2023 р.)**

**Львів
Національний університет «Львівська політехніка»
2023**

УДК 658.581
ББК У9 (4Укр) 212-13
П 781

Проблеми формування та реалізації конкурентної політики: Матеріали VIII міжнародної науково-практичної конференції (23-24 листопада 2023 р.). Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2023. 194 с.

У збірнику розміщено наукові матеріали з таких тематичних напрямів: формування та реалізація конкурентної політики в сучасних умовах; теоретичні та прикладні аспекти державного регулювання економіки; вітчизняний та зарубіжний досвід розвитку конкуренції на товарних ринках; механізми підвищення конкурентоспроможності в умовах нестабільності; публічно-приватна взаємодія – сутність, перспективи розвитку та напрями вдосконалення; економічна та інформаційна безпека держави та підприємств; децентралізація та регіональний розвиток; становлення громадянського суспільства та його роль у формуванні класу державних службовців, проблема взаємодії держслужбовців та громадськості; соціальні аспекти зайнятості та конкурентоспроможності на ринку праці в контексті державного та регіонального розвитку.

За зміст та мовно-стилістичне редагування відповідальність несуть автори

© Національний університет „Львівська політехніка”, 2023

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ		
МИХАЙЛИК О.М., БУРЛАКА М.Ю.	ВАЖЛИВІСТЬ РОЗРОБКИ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ВІДОМИХ КОМПАНІЙ	92
МИХАЛЬЧИШИН Н.Л., БАРАНЮК А.М.	ВПЛИВ КОРУПЦІЙНИХ РИЗИКІВ НА КОНКУРЕНТНІ ВІДНОСИНИ	93
МОСКАЛЕНКО В.О., КРАСНЯК О.П.	ГОЛОВНІ КОМПОНЕНТИ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ	95
МУЗИЧЕНКО- КОЗЛОВСЬКА О.В., МІКУЛА О.А.	ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВІ	97
НАДОЛЬНА О.С., КРАСНЯК О.П.	НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА В ВОЄННИЙ ТА ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД	99
НИКИФОРОВ А.С.	ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНЦІЇ НА ЦИФРОВИХ РИНКАХ	100
НІКОЛАЄЦЬ К.М.	ВНУТРІШНЯ ТРУДОВА МІГРАЦІЯ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	102
ПАВЛЮК Т.І.	СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ ВІД БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ	104
ПАНЬКІВ Ю.І.	ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В ТУРИЗМІ	106
ПЕТРОВСЬКИЙ П.М.	СОЦІАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ ПРИВАТНОЇ ВЛАСНОСТІ ЯК ОСНОВА І ЧИННИК РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА	107
ПРОЩАЛИКІНА А.М., КОЛОДКА Т.І., СЛЮСАР К.І.	ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ОРГАНІЧНОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ	109
ПУШАК С.Я., ПУШАК Г.І.	РОЗВИТОК КОНКУРЕНЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ІТ-ПОСЛУГ	110
РИБАК М.Б.	ВАЖЛИВІСТЬ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕРЕСІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	111
РИСІН М.В., БАБИЧ О.О.	УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ЯК СКЛАДОВА ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ОРГАНАМИ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ	112
РИСІН М.В., КАЛІНІНА Д.О.	СТРАТЕГІЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ ТА СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ РОЗВИТКУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	115
РИСІН М.В., СУХ Я.І.	ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ПРОТИДІЇ ТА УСУНЕННЯ КОРУПЦІЙНИХ РИЗИКІВ У СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ	117

створення привабливих умов для ведення економічної діяльності. У подальшому нестача робітників буде спонукати місцевих керівників до нових кроків у боротьбі на ринку робочої сили. Такими кроками найбільш вірогідно стануть: формування промислових хабів та центрів переробки сільськогосподарської продукції, створення осередків розвитку ІТ-технологій та центрів, які будуть забезпечувати кібербезпеку економічної діяльності, приваблення іноземних інвесторів для розвитку добувної промисловості із виділенням та переобладнанням окремих земельних ділянок, розбудова логістичних центрів та будівництво транспортних шляхів сполучення районного значення, створення нових житлових масивів у містах та мікрорайонів, забудованих котеджними містечками. Місцеве керівництво буде дедалі більш зацікавленим у тому, щоб створити для ВПО найбільш сприятливі умови для їх самореалізації та соціалізації їх дітей. Такий підхід дозволить не лише зберегти поселенську структуру на місцях, а й вдосконалити її. У іншому випадку внутрішні трудові міграції стануть причиною занепаду частини населених пунктів, сформованих як передусім моонфункціональні поселення, а також тих, очільники яких не зможуть у достатній мірі адаптуватися до вимог часу і не будуть вживати заходів для розміщення на своїй території ВПО.

ПАВЛЮК Т.І.
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ ВІД БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВІЙНИ

В наслідок повномасштабної війни в Україні станом на січень 2023 р., за оцінкою Київської школи економіки, прямих збитків зазнали щонайменше 109 великих і середніх підприємств різних форм власності, а загальна сума збитків оцінюється в 13 млрд дол. США. Відтак, за оцінкою експертів, зазнали руйнації та припинили свою діяльність підприємства великого, середнього та малого бізнесу, що відображено в таблицях 1,2.

Таблиця 1 – Стан руйнацій підприємств великого і середнього бізнесу [2]

Підприємства великого і середнього бізнесу		
	кількість підприємств	відсоткова частка
Зруйновано повністю	19	17%
Пошкоджено частково	90	83%

Таблиця 2 – Рівень діяльності підприємств малого і мікробізнесу[2]

Рівень діяльності	Підприємства малого бізнесу	Підприємства мікробізнесу
Повністю припинили свою діяльність	12,4 %	8 %
Майже зупинили роботу	24,6 %	22,5 %
Працювали частково	33,2 %	31,9 %

В наслідок таких руйнацій, спричинених ракетними обстрілами, перебоїв із постачанням електроенергії та зв'язком ускладнилася діяльність малого та мікробізнесу, які пропонують робочі місця для значної частини працездатного населення.

Щоб утриматися на ринку в умовах війни, компанії змушені переглянути свої витрати, зокрема – на оплату праці. Заходами щодо оптимізації витрат стали: переведення працівників на 0,5 ставки; скорочення кількості робочих годин; оформлення відпустки без збереження заробітної плати. У таблиці 3 представлено наслідки такої оптимізації:

Таблиця 3 – Наслідки заходів по оптимізації витрат підприємствами малого і мікробізнесу в Україні[1]

Заходи по оптимізації витрат	Наслідки заходів по оптимізації витрат
Скорочено працівників	1 320 тис. (28 % від загальної кількості)
Відправлено у відпустку	18%
Зменшено заробітну плату	22 %

У січні 2023 р., статус безробітного мали 186,5 тис. осіб за наявності 21,2 тис. одиниць вакансій. Відповідно, на одне вакантне місце претендувало майже дев'ять офіційно зареєстрованих безробітних.

Водночас кількість офіційно зареєстрованих безробітних зменшилася внаслідок зняття з обліку тих, які мігрували за кордон та були мобілізовані до лав ЗСУ. Наведена статистика також не враховує осіб, які перебувають на тимчасово окупованих територіях. Окрім того, не всі безробітні зареєстровані у державній службі зайнятості. За оцінками Міністерства економіки, на початку 2023 р. чисельність безробітних становила 2,6 млн. осіб, а за оцінками НБУ – близько 4,2–4,8 млн. осіб.

Особливістю безробіття в Україні також є незадекларована зайнятість. Під час війни облік українців, які працюють неофіційно, не здійснюється. За даними Державної служби статистики, до 24 лютого 2022 р. кількість неформально зайнятого населення становила 3 млн. осіб, з яких 1,7 млн. – незареєстровані підприємці. За припущеннями Міністерства економіки, під час війни кількість неофіційно працевлаштованих зростає. Наявність неформального сектору зайнятості дещо пом'якшує проблему, проте ускладнює оцінки реального безробіття[3].

Невтішною залишається статистика молодіжного сегменту ринку праці. Серед офіційно зареєстрованих безробітних 23 % – особи віком до 35 років. Молодь більш сприйнятлива до змін, більшою мірою соціально мобільна, здатна до професійного зростання та трудової діяльності у триваліший часовий період. Тому активна політика зайнятості під час війни та повоєнного відновлення має сприяти підвищенню рівня зайнятості насамперед молоді.

Проте, попри всі труднощі, спричинені війною в Україні, держава почала здійснювати реальні кроки у вигляді фінансової допомоги (гарантування, кредитування на пільгових умовах) з метою відновлення діяльності бізнесу на всіх рівнях, що в цілому позитивно вплине на економіку країни.

За даними опитування, проведеного у липні 2022 року, 28% власників українських бізнесів повідомили про призупинення діяльності (порівнюючи із довоєнним періодом), ще 25% – працюють, але не на повну потужність. Основні причини, що заважають відновлювати та розвивати бізнес під час війни: відсутність достатньої кількості клієнтів, капіталу, непрогнозованість ситуації в Україні, зруйнованість ланцюгів постачання тощо.

Однією із перешкод, на думку представників українського бізнесу, також є відсутність необхідної підтримки на рівні держави. Водночас попри шалене навантаження на бюджет в умовах війни, наша держава відкрила «вікно можливостей» для зміцнення українського бізнесу та стимулювання підприємницької активності, анонсувавши старт декількох грантових конкурсів. Для участі в державних грантових програмах можна брати участь також і через реєстрацію в додатку «Дія» в рубриці «Є-Робота» [3]. Основні грантові програми для розвитку бізнесу представлені у таблиці 4.

Таблиця 4 – Грантові програми на розвиток бізнесу та суми державних виплат

Державні грантові програми	Суми виплат
Мінігрант на власну справу	від 50 000 до 250 000 грн.
Державне фінансування закладки саду	від 140 000 до 400 000 грн. за 1 га насаджень
Грант для створення або розвитку тепличного господарства	до 7 млн.грн..
Грант на створення або розвиток переробних підприємств	до 8 млн.грн..
Грант на реалізацію стартапу, у тому числі в сфері ІТ	25 000 доларів США на стартап, що перебуває у фазі розвитку, коли продукт (до прикладу, застосунок, комп'ютерна програма) ще в розробці та поки що не вийшов на споживчий ринок 50 000 доларів США в гривневому еквіваленті на стартап, коли продукт вийшов на споживчий ринок.

Отже, зменшення масштабів безробіття є пріоритетним для держави та потребує вжиття невідкладних заходів. Серед таких заходів важливим є розширення поля прикладання праці. Створення нових робочих місць попередить довгострокову стагнацію виробничої активності, поширення хронічного безробіття, сприятиме зменшенню економічного навантаження на працюючих, посиленню мотивації до праці, зростанню надходжень до бюджетів і соціальних фондів.

1. Збитки, завдані українському бізнесу внаслідок російської агресії, оцінюються в \$13 млрд. KSE. 2023. 26 січ. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zbitki-zavdani-ukrayinskomu-biznesu-vnaslidok-rosiyskoyi-agresiyi-otsinyuyutsya-v-13-mlrd/> (дата звернення 18.09.2023) 2. Ключові результати дослідження стану та потреб українського бізнесу. CID. 2022. 08 серп. URL: <https://cid.center/key-results-of-the-study-of-the-state-and-needs-of-ukrainian-business/> (дата звернення 17.09.2023) 3. Офіційний сайт Державного центру зайнятості URL: <https://www.dcz.gov.ua> (дата звернення 09.09.2023)

ПАНЬКІВ Ю.І.

Національний університет «Львівська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В ТУРИЗМІ

У важких умовах воєнного стану у зв'язку з агресією російської федерації проти України, туристична галузь потребує нових підходів до відновлення своїх довоєнних позицій. Серед них – формування нової конкурентної політики, зокрема з використанням ресурсощадних заходів.

Для покращення ефективності конкурентної політики доцільно впроваджувати принципи циркулярної економіки в усі види туристичної діяльності. Адже завдяки переходу на засади ресурсощадності, можна досягти економічного зростання у туризмі у поствоєнний період.

Проблемам, які стосуються дослідження застосування засад циркулярної економіки та ресурсозбереження у туристичній галузі економіки, присвятили свої публікації науковці, серед яких: К. Ніколаєв, В. Ісаєнко, К. Бабікова, Г. Михайліченко, І. Тарасенко та О. Шинкаренко, О. Воропаєва, К. Борблік та О. Музиченко-Козловська. Однак, ці дослідження не повною мірою розкривають проблеми впровадження ресурсощадних заходів для покращення конкурентної політики у туризмі.

Важливою складовою туристичної діяльності є вдала маркетингова кампанія, з допомогою якої можна покращити конкурентну політику. Для пропагування та впровадження ресурсощадних заходів у туризмі доцільно використати методи екологічного маркетингу, т. т. маркетингу, орієнтований на ресурсощадну діяльність у туристичній сфері, дбайливе ставлення до природи, впровадження інноваційних технологій у виробництві туристичного продукту, стимулювання споживання екологічних товарів та послуг без шкоди для природного довкілля, використання для енергозабезпечення відновлюваних джерел енергії з дотриманням екологічних стандартів, нормативів і обмежень [1].

Наведемо приклад маркетингових заходів, за допомогою якого можна спонукати виробників туристичних продуктів та послуг переходити на засади ресурсощадності та підвищити свідомість споживачів туристичних послуг у напрямку сталого розвитку.

План заходів маркетингової кампанії «Пропагування ресурсощадності у туризмі»

№	Назва
1.	Створення та демонстрація презентацій про актуальність ресурсощадності у туризмі, зокрема впровадження екологічно чистого виробництва та споживання
2.	Створення та демонстрація презентацій у соціальних мережах на тему поводження з відходами та роздільного збору відходів у туристичних закладах розміщення для подальшої переробки
3.	Проведення семінарів та демонстрація відеороликів у соцмережах та на сайті туристичної