

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ  
«ЛЬВІВСЬКА ЕКОНОМІЧНА ФУНДАЦІЯ»

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
«ЛЬВОВСКАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФУНДАЦИЯ»

**Актуальні питання  
світової і національної економіки:  
оцінки та стратегії розвитку**

Матеріали  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Львів, 27 березня 2021 року)

**Актуальные вопросы  
мировой и национальной экономики:  
оценки и стратегии развития**

Материалы  
Международной научно-практической конференции  
(Львов, 27 марта 2021 года)

Львів  
2021

УДК 330(100+477)(063)  
А 43

**Актуальні питання світової і національної економіки: оцінки та стратегії розвитку:** Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Львів, 27 березня 2021 року) / ГО «Львівська економічна фундація». – Львів: ЛЕФ, 2021. – 104 с.

**Актуальные вопросы мировой и национальной экономики: оценки и стратегии развития:** Материалы международной научно-практической конференции (Львов, 27 марта 2021 года) / ОО «Львовская экономическая фундация». – Львов: ЛЭФ, 2021. – 104 с.

УДК 330(100+477)(063)  
А 43

Усі матеріали подаються в авторській редакції.

© Колектив авторів, 2021  
© Львівська економічна фундація, 2021

## ЗМІСТ

### СЕКЦІЯ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<b>Бестужева С. В., Козуб В. О.</b> ВПЛИВ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ .....	6
<b>Босак А. О.</b> МІЖНАРОДНИЙ ОБМІН ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ .....	10
<b>Серета В. І.</b> МІСЦЕ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ ІТ-ПОСЛУГ .....	15

### СЕКЦІЯ 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

<b>Бабко С. В.</b> МЕРЕЖЕВА ВЗАЄМОДІЯ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ФОРМІ КООПЕРАЦІЇ.....	20
<b>Дубровін О. В.</b> СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЄС ЯК СТРАТЕГІЧНА УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ТА ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ (ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ).....	23
<b>Дудка А. А.</b> СПЕЦИФІКА ВПЛИВУ МІЖГАЛУЗЕВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ НА ФОРМУВАННЯ ЦІНИ ВИРОБНИЦТВА .....	28
<b>Зварич І. Т., Зварич О. І.</b> МОДЕЛЕУТВОРЮЮЧІ ЧИННИКИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ РЕГІОНУ .....	32
<b>Кушнір С. О., Курдупа В. С.</b> ОЦІНКА ДЕРЖАВНОЇ КРЕДИТНОЇ ПРОГРАМИ «ДОСТУПНІ КРЕДИТИ 5–7–9%».....	36
<b>Шепетько Р. І.</b> ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ НЕОІНДУСТРІАЛЬНОЇ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ .....	41

### СЕКЦІЯ 3. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

<b>Гаврутенко Л. А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФРІЛАНСЕРІВ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	45
<b>Іваненко Л. М.</b> ЛОГІСТИКА ОСТАННЬОЇ МИЛІ ЯК ЗАСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ .....	48

<b>М'ячин В. Г., Мирошниченко О. В.</b> ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	53
<b>Sapsay O., Ostapenko T.</b> PROFIT MANAGEMENT AT MODERN UKRAINIAN ENTERPRISES .....	58
<b>Стоцька Д. В.</b> ШЛЯХИ ПІДТРИМКИ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ КОРОНОКРИЗИ .....	62
<b>Шпакова Г. В., Шпаков А. В.</b> АДАПТАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ .....	65
<b>СЕКЦІЯ 4. РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА</b>	
<b>Кошова Л. М.</b> ЕКОЛОГІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ОРГАНІЧНОГО РИНКУ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ.....	69
<b>Солдак М. О.</b> ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕВІТАЛІЗАЦІЇ БРАУНФІЛДІВ: ЕКСПЕРТНІ ОЦІНКИ .....	74
<b>СЕКЦІЯ 5. ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА</b>	
<b>Rubel O., Zhikhareva A.</b> THEORETICAL GROUNDS FOR ACTIVATION ENVIRONMENTAL INNOVATION DIFFUSION IN IMPLEMENTATION OF EUROPEAN RESEARCH AREA .....	79
<b>СЕКЦІЯ 6. ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА</b>	
<b>Маршавін Ю. М., Кицак Т. Г.</b> КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ПІДНЕСЕННЯ .....	83
<b>СЕКЦІЯ 7. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ</b>	
<b>Магар У. О.</b> ФІНАНСОВІ РИЗИКИ ТА СПОСОБИ УПРАВЛІННЯ НИМИ .....	88
<b>Семененко П. В.</b> ПРИЧИНИ ТІНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	92
<b>Сеник О. І.</b> ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ КРИПТОВАЛЮТНИХ СИСТЕМ В БАНКІВСЬКУ СИСТЕМУ КРАЇН ЄС.....	94

2. Герасименко О.О. Дистанційна зайнятість: сучасні тренди в організації та оплаті праці [Електронний ресурс] / О.О. Герасименко, Л.В. Щетініна, С.Г. Рудакова // Бізнес Інформ. – 2017. – № 11. – Режим доступу: [http://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2017-11\\_0](http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-11_0).
3. Солярчук Н.Ю. Класифікація фрілансерів / Н.Ю. Солярчук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 748 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 108–114.
4. Thomas W. Malone. The Dawn of the E-Lance Economy [Електронний ресурс] / Thomas W. Malone, Robert J. Laubacher // Harvard business review. – September-October, 1998. – P. 145–152 Режим доступу: <http://www.ecopywriters.com/downloads/dawn-elance-econ.pdf>.
5. ЩО ТАКЕ ФРІЛАНС (FREELANCE). – Режим доступу: <http://www.jnsm.com.ua/cgibin/u/book/sis.pl?Q4%F0%B3%EB%E0%ED%F1>.

***Іваненко Л. М.***

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу*

*Донецького національного університету імені Василя Стуса  
м. Вінниця, Україна*

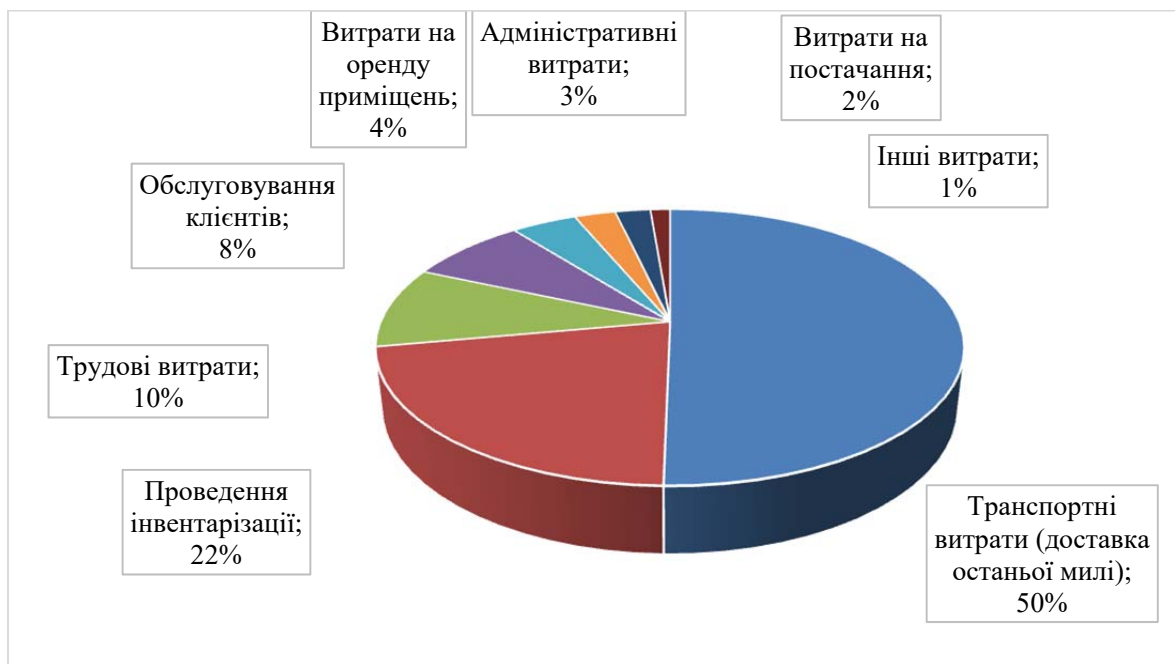
## **ЛОГІСТИКА ОСТАННЬОЇ МИЛІ ЯК ЗАСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ**

З появою електронної комерції індустрія роздрібної торгівлі стрімко розвивається і багато гравців сфери ритейлу намагаються продавати свої товари в Інтернеті. Для задоволення потреб ринку та досягнення прибуткової стійкості підприємства, що реалізує будь-які товари, управління ланцюгами поставок є єдиним виходом. Ключем є ефективне управління життєвим циклом продукту й структурування потоку продуктів за допомогою індивідуальних логістичних рішень для електронної комерції. Отже, зростання електронної торгівлі спонукає інтернет-ритейлерів розширяти асортимент послуг з виконання замовлень клієнтів і здійснювати пошук ефективних методів для масштабування та оптимізації бізнесу.

Електронна комерція за своєю природою розглядається як система з низькими експлуатаційними витратами, що забезпе-

чується адекватним підходом до її оптимізації. Областю, котра може суттєво вплинути на витрати, що пов'язані з функціонуванням електронної комерції, є логістика останньої милі. У першу чергу це стосується процесу доставки товарів клієнтам, вміння правильно скласти маршрути всередині мегаполісів та міських поселень. За допомогою якісного підходу до цієї проблеми скорочується час на виконання заказу, тим самим вдосконалюється логістичний сервіс обслуговування клієнтів та знижуються загальні витрати на логістику.

Як свідчать результати дослідження міжнародної консалтингової компанії «Cushman & Wakefield», на доставку останньої милі може витратитися 50% від загальних витрат ланцюжка поставок електронної комерції. Структуру логістичних витрат e-commerce представлено на рис. 1.



**Рис. 1. Структура логістичних витрат e-commerce**

*Джерело: складено автором на основі [1]*

Згідно звіту Interaktywnie.com «Електронна комерція 2020» понад 52% респондентів вважають, що робити покупки в Інтернет простіше, дешевше і в ньому є широкий вибір товарів. Миттєвої доставки і бажано на наступний день очікують 36% інтернет-користувачів. Протягом двох днів з моменту оформлення замовлення очікують доставки 35% клієнтів. Крім того, 53% покупців

повідомляють, що найпереконливіший аргумент при здійсненні покупок в Інтернет – це безкоштовне повернення товару у разі незадоволеності. Такі результати дослідження показують зростаючі потреби клієнтів стосовно доставки інтернет-замовлення і створює проблеми для інтернет-магазинів та логістичних компаній щодо організації логістики останньої милі [2].

Транспортні компанії, кур'єрська доставка і відправка на поштові відділення – це основні способи доставки, що використовуються в Інтернет-магазинах України. Але зараз почали активно розвиватися й інші варіанти отримання замовлень.

Майже всі віртуальні магазини пропонують самостійний вивіз товару зі спеціальних пунктів. Це дає можливість покупцеві вибрати більш зручний час, щоб самостійно забрати товар і при цьому заощадити кошти на доставці. Така послуга дуже популярна і вважається найбільш зручною. У зв'язку із поширенням в світі пандемії COVID-19 великі ритейлери створюють власні служби доставки (наприклад, мережа супермаркетів «Сільпо», «Ашан», «Метро», «Varius», «Фуршет», «Novus», «МегаМаркет») із зазначенням мінімальної суми замовлення. В Україні поширюється нова форма обслуговування приватних клієнтів – поштомати, що встановлюють на заправках (логістична компанія «Meest Express»), біля магазинів АТБ, а також у під'їздах житлових комплексів міст України («Нова пошта»), біля станцій метро у Києві («Rozetka») [3]. Це автоматизована станція для отримання відправлень, котра за своїм виглядом нагадує камери схову у супермаркетах. Порівняння форм доставки замовлень клієнтам Інтернет-магазинів представлено в таблиці 1.

Найбільш складними проблемами, що пов'язані із логістикою останньої милі, є наступні:

1) збільшення кількості замовлень, котрі вимагають ефективної логістики та скорочення термінів доставки товарів до місць призначення;

2) ускладнення процесу доставки та безперебійність передачі інформації між всіма ланками логістичного ланцюга поставок;

3) поєднання високої вартості доставки з вимогою клієнтів щодо своєчасності (швидкості) доставки замовлення;

4) бажання клієнтів не тільки отримувати товари у зручний час, за допомогою зручних каналів і максимально швидко, але і відстежувати їх рух у режимі реального часу;

5) складність узгодженості (поєднання) прискореного темпу доставки зі збереженням якісних характеристик товару і привабливими цінами на доставку.

Таблиця 1

**Способи організації доставки товарів Інтернет-споживачам**

<b>Спосіб доставки</b>	<b>Переваги для покупця</b>	<b>Переваги для продавця</b>	<b>Проблеми використання</b>
1	2	3	4
Кур'єр («Glovo», «Raketa»)	Можливість отримати товар у день замовлення або протягом 24 годин	Швидке отримання готівки	Оплата роботи власних кур'єрів для невеликого Інтернет-магазину є занадто дорогим
Поштові і логістичні оператори («Нова пошта», «Укрпошта», «Delivery», «Зручна доставка», «Meest Express» та ін.)	Висока швидкість доставки, надійність, можливість доставки габаритних вантажів, можливість постоплати замовлення після його отримання	Найбільше географічне охоплення клієнтів Інтернет-магазинів	Висока вартість при доставці габаритних вантажів
Пункти самовивезення	Швидкість, безкоштовність послуги, клієнт має можливість оглянути товар, зручний час та місце отримання замовлення	Зручність, так як всі витрати на організацію транспортування покупець бере на себе. Продавець не несе додаткові витрати на доставку до покупця	Клієнт може не забрати товар, що замовив в Інтернет-магазині. Зниження середнього чеку



1	2	3	4
Власна служба доставки	Висока швидкість доставки і гарантія надійності	Швидке отримання готівки	Значні витрати на організацію та підтримку власної служби доставки
Поштомати («Meest Express», «Нова пошта», «Rozetka»)	Відсутність черги, безконтактність, зручність, економія часу на отримання замовлення, економічність, надійність і оперативність	Збільшення географії охоплення клієнтів Інтернет-магазинів	Можливість отримання замовлень фактичною вагою до 30 кг при максимальних габаритах 40x62x28 см, оголошеною вартістю 6000 грн. Вірогідність вандалізму.

*Джерело: складено на основі [3–5]*

Для розв'язання цих проблем використовуються сучасні системи управління базами даних та взаємовідносинами із клієнтами, до яких належать CRM (customer relationship management, система управління взаємовідносинами з клієнтами), SEM (customer experience management, система управління досвідом споживачів), CSS (customer service & support – автоматизація служби підтримки та обслуговування клієнтів), TMS (transport management system – система управління транспортом) та інші.

Отже, остання ланка є найбільш вартісною складовою логістики електронної торгівлі, але це також єдина ланка електронної комерції, де відбувається взаємодія із клієнтами компанії у реальному житті. Оптимізація логістики останньої милі не тільки здатна оптимізувати електронну торгівлю, але й підвищити якість та швидкість обслуговування клієнтів.

### **СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Як зміняться витрати на доставку останньої милі? URL: <https://cushmanwakefield.com.ua/uk/yak-zminyatsya-vitrati-na-dostavku-ostanno-mili>.

2. Лагун К. Эффективная логистика последней мили. URL: <https://www.trans.eu/ru/blog/logistika-posledney-mili>.
3. Поштомат: 5 причин скористатися ним замість відділення. URL: <https://elnews.com.ua/uk/poshtomat-5-prychyn-skorystatysya-nym-zamist-vid-dilennyua>.
4. Федоричак В. Способи організації доставки товарів з інтернет-магазинів. URL: <https://lemarbet.com.ua/razvitie-internet-magazina/sposoby-organizatsii-dostavki-tovarov-v-internet-magazine>.
5. Самовивіз – це що означає? Самовивіз товару. URL: <https://ukr.mentorbizlist.com/4015176-pickup-what-does-that-mean-pickup>.

**М'ячин В. Г.**

*доктор економічних наук, кандидат технічних наук,  
професор кафедри підприємництва, організації виробництва  
та теоретичної і прикладної економіки  
ДВНЗ «Український державний  
хіміко-технологічний університет»*

**Мирошниченко О. В.**

*технічний директор ТОВ «Мега Лінк»,  
аспірант кафедри підприємництва, організації виробництва  
та теоретичної і прикладної економіки  
ДВНЗ «Український державний  
хіміко-технологічний університет»  
м. Дніпро, Україна*

## **ОБҐРУНТУВАННЯ ВИБОРУ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

Фінансова складова інтегрального показника економічної безпеки є майже обов'язковою складовою у численних моделях оцінки економічної безпеки підприємств. Тому обрані показники повинні бути, з одного боку, найбільш репрезентативними, але, з іншого боку, їх кількість повинна бути досить обмеженою, щоб не перевантажувати математичну модель.

О. Сосновська [1] пропонує у якості фінансової функціональної складової інтегрального показника економічної безпеки підприємства наступні коефіцієнти:

Наукове видання

**Актуальні питання  
світової і національної економіки:  
оцінки та стратегії розвитку**

Матеріали  
Міжнародної науково-практичної конференції  
(Львів, 27 березня 2021 року)

Редактор – *Ю.С. Павленко*  
Технічний редактор – *Ю.Г. Войтюк*  
Коректор – *О.М. Забела*

Підписано до друку 31.03.2021. Формат 60x84/16.  
Ум.-друк. арк. 6,06. Замовлення № 0321/90. Ціна договірна.  
Віддруковано з готового оригінал-макета.  
Гарнітура Times New Roman.  
Папір офсетний. Цифровий друк. Наклад 100 прим.

Надруковано у поліграфічному центрі  
Львівської економічної фундації  
м. Львів, проспект Чорновола, 7  
Тел. +38 (063) 204 34 31