

«корпоративна соціальна відповідальність працівника»; - започаткувати діалог із групами впливу як інструмент отримання інформації щодо оптимізації соціальних програм та мінімізації ризиків підприємства. Виховувати соціальну відповідальність всіх груп впливу, як з боку бізнесу, так і зацікавлених сторін поза бізнесом;- створити спеціалізовані підрозділи (для великих за розміром та масштабом діяльності підприємств), до компетенції яких було б віднесений напрям діяльності з управління КСВ, або, якщо це не є можливим (йдеться про малий бізнес), уведення окремої посади (функції), відповідальної виключно за адміністрування цієї діяльності; - впровадити принципи корпоративної соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування;- збільшити бюджети організацій на заходи з КСВ.

Список використаних джерел:

1. J. Smith America's most inspiring companies / [Електронний ресурс]. – Доступно з: <http://www.forbes.com/sites/jacquelynsmith/2018/10/01/americasmost-inspiring-companies-2018/>.

2. Денис О.Б. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: зарубіжний досвід і вітчизняна практика // Вісник університету банківської справи Національного Банку України. – 2015. – №2(8). – с.36-38.

3. <https://www.morningstar.com>

Павлишина К. І., студентка

Хмурова В. В., к.е.н., доцент

Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ, Україна

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

В період інформаційної цивілізації та високотехнологічного світу постає питання оцифрування економіки.

Цифрова економіка – це форма прояву виробництва товарів та послуг, в яких домінують цифрові технології, а торгівля відбувається за допомогою електронних засобів.

Важливим кроком у контексті даної проблеми в Україні є розробка різних концепцій та стратегій розвитку інновацій в економіці.

Тому, 17 січня 2018 року Кабінетом Міністрів України було затверджено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. Також, був призначений державний орган з питань електронного урядування – «Державне агентство з питань електронного урядування». А починаючи з 5 липня 2018 року Координаційна рада з розвитку цифрової економіки почала свою роботу. [1]

Документ щодо трансформації економіки України розроблений спільно з провідними експертами ІТ-сфери передбачає перехід від сировинного типу економіки до високотехнологічних виробництв та ефективних процесів а допомогою ІТ-технологій та комунікацій.

Основними сферами, на які звернуть увагу першочергово:

▪ Розвиток цифрової інфраструктури – широкопasmовий інтернет (ШСД) має бути по всій території України.

▪ Цифровізація освітніх процесів та стимулювання цифрових трансформацій у системі освіти, медицині, екології, безготівкової економіки, інфраструктурі, транспорті, громадській безпеці.

На сьогоднішній день 35% сільського населення взагалі не мають доступу до широкопasmового інтернету. Попри це, середня швидкість інтернету в Україні становить 47,72 Мбіт/с, що є 52-ю позицією в Глобальному Рейтингу Швидкості Інтернету (Speedtest Global Index) серед 176 країн. Зі швидкістю мобільного інтернету результати дещо гірші – 87-ма позиція серед 145 країн світу (21,26 Мбіт/с).[2]

Ще одним кроком до змін стало створення нового міністерства – Міністерства цифрової трансформації України, що було створене на основі реформування «Державного агентства з питань електронного урядування». Цілями новоствореного міністерства є збільшення частки ІТ у ВВП країни до 10%, підключення 100% населених пунктів до інтернет-мережі, переведення в онлайн 100 публічних послуг, тобто створення «держави у смартфоні». Ще однією метою, яка забезпечить виконання представлених планів, є залучення 6 мільйонів українців для навчання базових «цифрових навичок», з яких 70% це люди віком від 30 до 60 років, які «відстають» у володінні сучасними технологіями».

Щодо цифровізації бізнесу, то Україна вже має досягнення. Частка інтернет-продажів складає 4% від загального, хоча і загальносвітовий рівень - 16%, українські бізнесмени зробили старт. Змінився і наш рекламний ринок, ще на початку 2000-х головним рекламним каналом було ТБ, а вже в 2017 році витрати компаній на інтерне-рекламу перевищили витрати на ТБ і зовнішню рекламу.[3]

Є і негативні фактори впливу на цифрову трансформацію. Держава не стимулює підприємців змінювати бізнес-процеси, та вони й не є пріоритетом самих бізнесменів. Підприємства орієнтовані на збільшення прибутку і продажів, а от перспектива трансформації набагато тривала і затратна. Але є і винятки.

Державна митна служба вже на порозі цифрової трансформації. Стратегія цифрового перетворення митниці з'явиться вже до кінця 2019 року. Є три найважливіші місця контролю:

1. Обмін даними з міжнародними партнерами
2. Фізичний контроль на кордоні.
3. Аналіз статистичної інформації, який покаже, що відбувається в сфері експорту/імпорту як на рівні всієї країни так і на рівні конкретного митного посту.[3]

Отже, цифровізація економіки має ряд переваг. Так як товари віртуальні, можна скоротити витрати на транспортування, інтернет забезпечить миттєву доставку. Діджиталізація всього процесу в бізнесі принесе свої плоди, але потрібно для цього докласти зусиль. Основним є те, що цифровізація України не повинна бути точковою, тільки завдяки глобалізації цього процесу можна отримати результат.

Список використаних джерел:

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації/ Розпорядження № 67-р від 17 січня 2018 року/Київ
2. Speedtest Global Index/Інтернет джерело: <https://www.speedtest.net/global-index>
- 3.Цифровізація бізнесу: як Україні встигнути за світовими брендами/ Інтернет джерело: <https://www.epravda.com.ua>

Підлужна О.Б., к.геогр.н.,
доцент кафедри економіки підприємства
Відокремлений підрозділ Національного
університету біоресурсів і природокористування
України «Бережанський агротехнічний інститут»,
м. Бережани, Тернопільська обл., Україна

ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ РЕГІОНУ: СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

З інтеграцією України у світовий економічний простір та виходом на міжнародний ринок туристичних послуг посилюється боротьба між суб'єктами господарювання, які пропонують туристичні послуги. Щоб забезпечити успіх на ринку, туристичне підприємство як і будь-яке інше, повинно прагнути до підвищення якості обслуговування, підвищення продуктивності праці, удосконалення форм організації обслуговування споживачів та помірність цін.

З метою прискорення темпів розвитку та зростання ефективності підприємств туристичної сфери, надання цій сфері пріоритетності, необхідно вирішити проблеми, які потребують невідкладної державної підтримки та регулювання.

Основними факторами, що стримують розвиток туристичної сфери в Україні є:

- нестабільність політичної ситуації в країні та наявність військового конфлікту на Сході;
- недоліки регіонального регулювання галузі туризму;
- недостатність рекламної інформації щодо України за кордоном;
- велике податкове навантаження, що є перешкодою для потенційних інвесторів у сферу туризму;
- недостатній рівень кваліфікації персоналу туристичної сфери;
- невелика кількість готелів, які відповідають світовим стандартам.

Однією з головних перешкод ефективного розвитку туристичної галузі в Україні протягом останніх років залишається слабка туристична інфраструктура [2].

Також важливою проблемою є технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинених країнах стали повсякденними: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів з переліком і зазначенням вартості послуг, які ними надаються. Однак останнім часом в сфері інформаційних технологій України спостерігається значне поживлення, тому слід активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів [3].