діяльність на різних континентах, використовуючи в своїх інтересах нові історичні умови. Глобалізація також посилює взаємозв'язки та унікальності людей і цивілізацій, але слід виокремити, що крім позитивних аспектів її прояву, існують також і фактори, які насторожують. Деякі вчені припускають, що саме роль транснаціональних організацій буде настільки велика, що зможе поставити під сумнів існування національних держав у світі.

Для вирішення економічних проблем різних держав багато дослідників та експертів покладають великі надії на глобалізацію. Напрклад, вирівнювання економічної ситуації, обмін продуктами першої необхідності, зокрема, вдосконалення зовнішньої торгівлі та зростання добробуту населення. Для формування міжнародної економічної структури та досягнення високої якості конкурентоспроможності, підприємства зобов'язані перебувати під постійним впливом іноземної конкуренції.

Україна як держава з перехідною економікою активно інтегрується до світових економічних інституцій. Поряд з цим вітчизняна економіка зазнає впливу зовнішнього середовища, в тому числі й з боку транснаціональних корпорацій. З отриманням Україною незалежності транснаціональні корпорації почали розглядати національну економіку як великий ринок для товарів та послуг, а також джерело дешевої робочої сили та природних ресурсів. Важливим фактором входження транснаціональних корпорацій в Україну став низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, що пов'язано зі специфікою функціонування підприємств у часи СРСР.

Станом на 2019 р. в Україні діє багато потужних транснаціональних корпорацій, а їх діяльність суттєво впливає на економіку країни, її конкурентоспроможність. Виробничо-промисловий комплекс України нездатний адаптуватися до попиту на світовому ринку, про що свідчить значно низький ВНП на душу населення. Через неконкурентоспроможність занепадають цілі галузі, які можуть переробляти сировину, а деякі функціонуючі галузі не повністю використовують свої виробничі потужності. Проведені експертами дослідження показали, що вплив глобалізації на національну економіку України досить складний та суперечливий. Позиція, яку зараз підтримує Україна, приведе до збільшення можливостей для входження країни у великі міжнародні кооперацийні проекти, які в подальшому можуть забезпечити істотне підвищення конкурентоспроможності та розширення можливостей більш вільного доступу до іноземних ринків завдяки зменшенню тарифних та нетарифних перешкод.

Для України в свою чергу стратегічно важливою метою має стати саме стимулювання реформ усередині країни, які спрямовані на забезпечення конкурентоспроможності у відкритому ринковому середовищі. Україна не повністю залучена до цих процесів, оскільки:

- сильно відстає від провідних країн світу в галузі інформатизації і розвитку інформаційних та телекомунікаційних технологій;
- перебуває лише на початковому рівні формування власних транснаціональних корпорацій, які будуть конкурентоспроможними на глобальному рівні й будуть здатні до здійснення глобальної стратегії розвитку;
- запровадження досить непослідовної економічної лібералізації і т.д.

Таким чином, глобалізація послідовно призводить до зростання конкуренції та конкурентоспроможності у світовому масштабі, в тому числі і для України, викликає поглиблення спеціалізації та поділу праці. Конкуренція на окремих ринках набуває глобальних ознак, що супроводжується взаємодією транснаціональних корпорацій, які можуть утворювати картельні утворення, наприклад, через укладення угод про спільне використання збутових мереж.

Покращити становище України на міжнародному ринку можливо завдяки застосуванню ефективної інноваційної та зовнішньоекономічної політики, враховуючи всі фактори і можливості України.

Поступове інтегрування національної економіки в світовий ринок, на якому присутня глобалізація, дасть можливість отримати доступ до інноваційних продуктів, співпрацювати з найкращими постачальниками, внаслідок чого стане можливим підвищення конкурентоспроможності держави загалом. Завдяки зовнішньоекономічній політиці при світовій інтеграції економіки можливим є недопущення настання негативних наслідків глобалізації для національної економіки.

С.Коцан
Науковий керівник – к.е.н. доц. Михальчишин Н.Л.

СПОСОБИ ЗАХИСТУ ДІЛОВОЇ РЕПУТАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ НА РИНКУ

Протиправна поведінка стосовно юридичної особи може призвести до нанесення шкоди ділової репутації компанії, під якою розуміється оцінка підприємницької, громадської, професійної чи іншої діяльності особи (фізичної чи юридичної), яку здійснює така особа як учасник суспільних відносин. Шкоду можна завдати двома способами: традиційним, коли ділова репутація – це особисте немайнове благо, за порушення якого особа вимагає компенсацію моральної шкоди, і нетрадиційним, коли репутацію розглядають як майно, тому стягненню підлягає майнова шкода. Приниженням ділової репутації суб'єкта господарювання є поширення в будь-якій формі неправдивих, неточних або неповних відомостей, що дискредитують спосіб ведення чи результати його підприємницької діяльності, у зв'язку з чим знижується вартість його нематеріальних активів.

Зазвичай перед юридичною особою постають такі труднощі як доведення факту завдання шкоди, обгрунтування розміру компенсації немайнової шкоди (оцінка грошового еквіваленту страждань, яких нібито

не могло бути), доведення, що моральна шкода виникла саме внаслідок дій порушника. Наслідком нанесення шкоди діловій репутації є зниження прибутку, клієнтів, відмова партнерів від співпраці тощо. Традиційним способом визначення розміру шкоди є висновок експерта.

Юридичним складом правопорушення, наявність якого може бути підставою для задоволення позову, є сукупність таких обставин як поширення інформації, тобто доведення її до відома хоча б одній особі у будь-який спосіб, поширена інформація стосується певної фізичної чи юридичної особи, тобто позивача, поширення недостовірної інформації, тобто такої, яка не відповідає дійсності, поширення інформації, що порушує особисті немайнові права, тобто або завдає шкоди відповідним особистим немайновим благам, або перешкоджає особі повно і своєчасно здійснювати своє особисте немайнове право.

Поширення інформації означає опублікування її у пресі, передання по радіо, телебаченню, поширення в мережі Інтернет, викладення в характеристиках, заявах, листах, адресованих іншим особам, повідомлення в публічних виступах, в електронних мережах, а також в іншій формі хоча б одній особі. Поширенням інформації також є вивішування в громадських місцях плакатів, гасел, інших творів, а також розповсюдження серед людей листівок, що за своїм змістом або формою порочать гідність, честь фізичної особи або ділової репутації фізичної та юридичної особи.

Недостовірною вважається інформація, яка не відповідає дійсності або викладена неправдиво, тобто містить відомості про події та явища, яких не існувало взагалі або які існували, але відомості про них не відповідають дійсності (неповні або перекручені).

Вибір способу захисту особистого немайнового права, зокрема права на повагу до гідності та честі, права на недоторканість ділової репутації, належить позивачеві. Також особа, право якої порушено, може обрати як загальний, так і спеціальний способи захисту свого права. Захист особистого немайнового права здійснюється у спосіб, такий як спростування недостовірної інформації та/або право на відповідь, заборона поширення інформації, якою порушуються особисті немайнові права тощо.

Спростування поширеної недостовірної інформації повинно здійснюватись незалежно від вини особи, яка її поширила і у такий самий спосіб, у який поширювалася недостовірна інформація. У разі, якщо спростування недостовірної інформації неможливо чи недоцільно здійснити у такий же спосіб, у який вона була поширена, то воно повинно проводитись у спосіб, наближений до способу поширення, з урахуванням максимальної ефективності спростування та за умови, що таке спростування охопить максимальну кількість осіб, що сприйняли попередньо поширену інформацію.

Способами захисту гідності, честі чи ділової репутації від поширення недостовірної інформації можуть бути, крім права на відповідь та спростування недостовірної інформації, також і вимоги про відшкодування збитків та моральної шкоди, заподіяної такими порушеннями як фізичній, так і юридичній особі. Зазначені вимоги розглядаються у відповідності до загальних підстав щодо відповідальності за заподіяння шкоди. При цьому визначений розмір грошового відшкодування має бути співмірний із заподіяною шкодою і не повинен призводити до припинення діяльності засобів масової інформації чи іншого обмеження свободи їх діяльності.

Отже, серед найпопулярніших способів захисту ділової репутації суб'єктів господарювання є спростування інформації або заборона її поширення, вимога про відшкодування збитків, а вибір способу захисту належить безпосередньо позивачеві.

Н.Коцовська
Науковий керівник – к.е.н. доц. Михальчишин Н.Л.

ВПЛИВ ОЛІГАРХІЇ НА ТОВАРНІ РИНКИ УКРАЇНИ

Товарний ринок – це сфера товарного обміну, де за допомогою купівлі-продажу товарів задовольняються суспільні потреби. Для саморегулювання ринку необхідна конкуренція, за наявності якої ринок може випробовувати його учасників, змусити їх покращувати продукцію, удосконалювати процес виробництва, тобто створювати конкурентну продукцію і залишатися на ринку. Економісти виділяють ринок досконалої та недосконалої конкуренції. Якщо досконала конкуренція – це теоретична модель ринку, яка показує ідеалізований стан ринку і зрідка існує в дійсності, то недосконала – є цілком реальною і поширеною у всьому світі. Це спричинено "суворими" умовами на ринку, які змушують його учасників або відповідно розвиватися, або шукати шляхи штучного обмеження конкуренції та в результаті підпорядковувати ринок своїм власним інтересам. Таким чином утворюються ринки недосконалої конкуренції – це монополії, олігополії та монополістична конкуренція.

Переважною формою ринкової структури є олігополія, що характеризується невеликою кількість конкуруючих фірм, при цьому хоча б одна або дві з них, виробляють значну долю продукції даної галузі, а поява нових продавців ускладнена чи неможлива. Головною особливістю олігополії в підприємницькій діяльності є те, що дії одного підприємця-виробника безпосередньо впливають на дії іншого. Отже конкуренція в олігополії є високо персоніфікованою. Кожен виробник знає, що його дії залежать від стратегії його конкурентів. Олігопольними галузями в Україні є ринок послуг мобільного зв'язку, ринок коксу, пива, тютюнових виробів, торфу, цементу.

Олігополія спотворює процес ціноутворення, що дає можливість домінуючим підприємствам у галузі встановлювати власну ціну, проводити цінові дискримінації або змови. Тобто через існування досить вагомих