

4. Working conditions in a global perspective [Електронний ресурс] / Mariya Aleksynska (ILO), Janine Berg (ILO), David Foden (Eurofound), Hannah Johnston (ILO), Agnès Parent-Thirion (Eurofound), Julie Vanderleyden (Eurofound) // 06 May 2019 – Режим доступу до ресурсу: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_696174.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_696174.pdf) (дата звернення: 05.03.2021)

УДК 338.1:338.001.36

*Зайченко В. В., д.е.н., доц.,  
Центральноукраїнський національний технічний університет  
м. Кропивницький*

## **РІВЕНЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ІНТЕРНЕТ-ПРОВАЙДЕРІВ МІСТА КРОПИВНИЦЬКИЙ**

Сучасна українська економіка перебуває у вкрай важкому стані, що визначається скороченням обсягів виробництва в усіх сферах, передумовою чого є падіння платоспроможності населення через затягування тарифного зашморгу на горлі населення і зашморгу податково-адміністративного – на шиї малого бізнесу. Якщо розвинуті країни світу намагаються уникнути кризи неплатежів та скорочення платоспроможного попиту через контроль за цінами, то в Україні державні органи влади фактично очолили процес остаточного пограбування населення під час економічної кризи, ускладненої світовою пандемією. Після остаточної монополізації сфери житлово-комунального господарства та обкладання населення непомірним, нічим не обґрунтованим тягарем космічних цін на комунальні послуги (які знову планують підвищувати всупереч карантину, падіння рівня життя та зростання безробіття), державний апарат вирішив приборкати останню сферу, що була доступною для більшості мешканців населення – виробництво та продаж продуктів харчування [1, с. 73].

До таких державних органів ми впевнено віднесемо НКРЕКП та Антимонопольний комітет України. Внаслідок дії першого ми отримали збільшення супної платіжки за комунальні послуги на 37 млрд. грн. у березні 2021 р. порівняно з минулим роком. Проте, це не підвищило доходи підприємств, що надають житлово-комунальні послуги, а призвело до зростання заборгованості населення до 82 млрд. грн. (до початку опалювального сезону вона була на рівні 50 млрд. грн.). Унаслідок дії другого – маємо катастрофічне зростання цін на продукти харчування, яке нічим іншим, крім картельного зговору пояснити не можна. АМКУ формує сприятливе середовище для діяльності реалізаторів (не завжди виробників!) сільськогосподарської продукції всередині країни, наслідком чого є набагато вища ціна на окремі види продуктів харчування в Україні порівняно з їх ціною за кордоном. Відтак нівелюється потреба активної зовнішньоекономічної діяльності виробників харчів, які є головними експортерами країни. Все це може призвести до погіршення стану платіжного балансу України і, як наслідок, до суттєвого знецінення національної валюти.

До такої поведінки визначальних гравців економічного життя поступово приєднуються й інші суб'єкти економіки, намагаючись отримати надприбутки за

рахунок однобічного підвищення цін на товари і послуги, що, в свою чергу, призводить до падіння платоспроможного попиту населення, скорочення ВВП та поступового згортання економіки. Цікавим є той факт, що одним із таких секторів, стала низка компаній, що надають послуги мобільного зв'язку та інтернету. Хоча саме ця галузь має стати провідником формування постіндустріальної економіки, визначальними рисами якої є домінування нематеріальних потреб, і, як наслідок, зростання сектору нематеріального виробництва випереджальними темпами порівняно з виробництвом матеріальним. Однак саме вона в Україні поступово перетворюється на звичайного капіталістичного виробника товарів і послуг, яка керується виключно матеріальними потребами і намагається отримувати максимальні прибутки, навіть у шахрайський спосіб.

Мобільні оператори мають загальнонаціональний, яскраво виражений олігополістичний вигляд ринкової структури, інтернет-провайдери мають регіональних власників і не здійснюють такого впливу на формування цін на місцевих ринках. Почнемо з перших.

Якщо на промо-версіях сайтів окремих компаній, що надають послуги мобільного зв'язку виринають такі ціни на певні тарифні пакети – 50, 70 та 120 грн., то при завантаженні сайту за іншим пошуком у Google – вартість цих самих пакетів зростає у два чи більше разів. При цьому, наприклад, зазначається, що «Ціна гарантована до 31.08.2021», але в той же час наводиться інформація про те, що компанія «...залишає за собою право встановлювати та змінювати тарифи (тарифні плани) на свої послуги, згідно з законом «Про телекомунікації» від 18.11.2003 р. № 1280-IV, змінювати перелік таких Послуг, а також змінювати умови, строки проведення Акції, достроково призупиняти термін її проведення в односторонньому порядку відповідно до умов і порядку надання телекомунікаційних послуг...» [2].

Відтак, жодних юридичних обмежень для повного тарифного свавілля компаній цим законом не передбачено, що й використовується операторами мобільного зв'язку на 300%. Українські мобільні оператори поводять себе виключно як крадії та шахраї, що спеціалізуються на наперстку. Значна частка прибутків операторів мобільного зв'язку в Україні – це не чесно зароблені, а виключно шахрайські доходи, в першу чергу пов'язані з підключенням нових послуг, надання неправдивої інформації споживачам (зокрема щодо можливості дострокового відключення номеру), і банального, нічим не обґрунтованого підвищення тарифів. Також нововведенням, спрямованим на власну кишеню, є встановлення тарифу на період не місяця, а 28 днів, що дає можливість отримувати тарифну плату не 12 разів протягом одного року, а 13! ( $365:28=13,0357$ ). Це дає змогу у абсолютно шахрайський спосіб збільшити доходи фірми на 8,3% без будь-яких додаткових витрат, виключно за рахунок маніпулювання свідомістю та обдурювання споживачів.

Також демонстрацією соціальної безвідповідальності з боку одного з найбільших олігополістів у сфері мобільного зв'язку є продаж телефонних номерів, що вже були у вжитку або ремісія абонентських номерів, що належали банківським боржникам або на які було укладено різні угоди. Чи варто говорити

про те, що особи, які стають власниками нових номерів втрачають спокій, психічне, або навіть фізичне здоров'я через їх постійне турбування та погрози.

При цьому, у місті Кропивницький аналогічна ситуація складається й у середовищі інтернет-провадерів. Здійснимо короткий опис ринкової ситуації: фактично лєвова частка користувачів домашнього інтернету поділена між двома найбільшими провайдерами (назвемо їх А і Б), також частково відбувається проникнення на цей внутрішній ринок загальнонаціональних інтернет-провадерів, які також надають послуги мобільного зв'язку (назвемо їх В, Г, Д), але їх доля ринку є незначною.

Провайдер А протягом двох останніх років системно підвищує ціну на свої послуги без попереднього повідомлення абонентів та будь-якого відповідного обґрунтування. Так, ціни на мінімальний споживчий пакет послуг стрибнули спочатку з 60 грн. до 100 грн., а незабаром зі 100 грн. до 135 грн. Відтак, протягом незначного періоду ціни зросли більше, ніж у два рази і при цьому анонсуються подальші підвищення.

Кропивницький провайдер Б пішов аналогічним шляхом, підвищивши останнім разом мінімальний тариф з 90 грн. до 130 грн. (на 44,(4)%, щоправда з вищою швидкістю інтернету порівняно з компанією А), причому відбулося це під час реалізації так званої «новорічної акції». Її зміст полягав у тому, що сплативши до настання нового 2021 року одноразово за 3 місяці (90 грн.\*3 міс. = 270 грн.), і здійснивши відповідні дії у «особистому кабінеті» споживача, споживач отримував додатковий місяць користування інтернетом безкоштовно. Отже, було обіцяно, що за 270 грн. споживач отримає 4 місяці інтернету. Однак, вершиною нахабства стало те, що у січні 2021 року в односторонньому порядку провайдер підняв ціну до 130 грн. за місяць і реально сплачених коштів вистачило лише на 2 місяці, а за користування третім довелось доплачувати. Відтак, отримавши непогану інвестицію у вигляді сплати за три місяці, провайдер Б обдурих споживачів у 2 рази!

Одним з аргументів такого підвищення було підняття тарифів, а насправді – ліквідація пільгового тарифу на електроенергію в розмірі 90 коп./кВт. год, і запровадження єдиного тарифу в розмірі 1,68 грн./кВт. год. Однак це є чистою брехнею, оскільки пільговий тариф встановлювався для населення на перші 100 кВт. год, і ця постанова Кабміну вдарила по найменш забезпеченим верствам населення, і аж ніяк не могла вплинути на тарифи інтернет-провадерів. Усі провайдери споживають більше 100 кВт. год і їх це підвищення жодним чином не зачепило.

Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідальність компанії за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом. Найбільш точним і правильним є розуміння соціальної відповідальності бізнесу як відповідальності підприємця за інтегровану суспільну корисність його бізнесу [3, с. 24].

У чому полягає тотальний прорахунок інтернет-провадерів м. Кропивницький? У жадібності, незнанні економічних та психологічних закономірностей споживання, нерозумінні сутності соціальної відповідальності бізнесу. Інтернет-послуги, як і послуги мобільного зв'язку не належать до первинних потреб

людини. В умовах, коли населення країни, за даними держкомстату, суттєво погіршило та скоротило споживання продуктів харчування, за існуючої тенденції триватиме відмова послуг інтернету та мобільного зв'язку, скорочення їх споживання, перехід до інших пропозицій. Відповідно до теорії еластичності мікроекономіки, загальний виторг (валовий дохід) компанії може зменшитись, якщо ціни зростають, а попит на послуги інтрнет-провайдера є еластичним [4, с. 60]. А він є еластичним, оскільки не входить до первинних потреб населення в умовах скорочення його платоспроможності. Відтак компанії отримають менший дохід унаслідок таких непередбачуваних дій.

Додатковим індикатором відсутності соціальної відповідальності є очікування тенденції, що загальносвітова біда у вигляді пандемії коронавірусу призведе до збільшення користувачів інтернету, в тому числі через необхідність проведення навчання та роботи в режимі «он-лайн».

Проте позитивною рисою зазначених тенденцій є зменшення ринкової частки компаній А і Б, збільшення кількості гравців на ринку інтернет-послуг, зокрема які пропонуватимуть адекватні ціни (в тому числі й компанії В, Г, Д), і сприятимуть реальному ринковому ціноутворенню. Але це відбуватиметься лише тоді, коли влада сприятиме посиленню дії конкурентних сил і зменшенню сили дії центробіжного монополізму. Також соціальна відповідальність влади в цьому разі полягає у контролі за власністю місцевих провайдерів, які можуть скуповуватись/поглинатись крупними національними провайдерами, що призведе до погіршення конкурентної ситуації на рівні держави та конкретного регіону.

Перерахуємо конкретні прояви соціальної відповідальності інтернет-провайдерів:

- недотримання власних зобов'язань (умов акцій), банальне шахрайство і обман споживачів;
- відсутність інформування споживачів про підвищення цін;
- сприяння погіршенню матеріального стану споживачів;
- зрив/погіршення певних видів робіт, що пов'язані з інтернетом, через обмеження терміну користування ним через підвищення тарифу;
- використання карантину як сприятливого фактору власного збагачення (необхідність навчання он-лайн, переведення окремих видів робіт у безконтактний режим);
- маніпулювання постановами Уряду при обґрунтуванні власних апетитів;
- нерозуміння сутності поняття «авансовий платіж», використання зарахованих авансових платежів не за цінами, що мали місце на момент їх сплати, вимоги до їх поповнення/доплати у разі неузгодженого зі споживачами підвищення цін;
- відсутність індивідуальних договорів, приєднання до абстрактного колективного договору, який не містить ніяких зобов'язань постачальника послуг, а лише відповідальність споживача.

Отже, виходить що компанії, які мають сприяти загальній інформатизації суспільства, не надають повної інформації навіть щодо своєї діяльності.

Загальний висновок: рівень соціальної відповідальності інтернет-провайдерів міста Кропивницький є нульовим, тобто таке явище як «соціальна відповідальність» у діяльності та мотиваціях їх діяльності відсутнє.

#### Список використаних джерел:

1. Яковенко Р. В. Соціальна відповідальність заходів державного регулювання стосовно сільського господарства України в умовах пандемії covid-19. Агросвіт. 2020. № 13-14. С. 72-77. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.13-14.72.

2. Lifecell : веб-сайт. URL: <https://www.lifecell.ua/uk/mobilnij-zvyazok/taryfy/int-bezmezhd/> (дата звернення: 15.04.2021).

3. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / Грішнова О. А. та ін. ; за заг. ред. д.е.н., проф. А. М. Колота. Київ : КНЕУ, 2015. 519 с.

4. Яковенко Р. В. Економічна теорія : опорний конспект лекцій для студентів спеціальностей «Менеджмент» та «Міжнародні економічні відносини». Кропивницький : КНТУ, 2016. 72 с. : іл. URL: <http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/6168/1/Konspekt160.pdf> (дата звернення: 15.04.2021).

УДК 65.011

*Запірченко Л. Д., к.е.н., доц.  
Центральноукраїнський національний технічний університет,  
м. Кропивницький*

### **ПРОБЛЕМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ**

Дослідження проблем стану та ефективності використання технічних засобів підприємства, удосконалення підходів до вивчення показників дозволять своєчасно оновлювати і модернізувати матеріально-технічну базу сільськогосподарських підприємств із врахуванням досягнень науково-технічного прогресу, прискорити вирішення важливих завдань подальшій інтенсифікації виробництва, сприятимуть впровадженню в галузях рослинництва і тваринництва прогресивних технологій, підвищенню продуктивності праці.

Потребу виробничого підрозділу в технічних засобах розраховують за технологічними картами вирощування, збирання культур та обслуговування тваринництва. Відповідно до прийнятої технології та строків виконання механізованих робіт складають графік завантаження техніки у певні періоди сільськогосподарських робіт, підсумовують за періодами потребу в агрегатах і окремих силових та робочих машинах й визначають потребу кожного виду і марки машин на весь сільськогосподарський рік. Одержані дані уточнюють, коригують за строками виконання робіт і з урахуванням наявності машин у господарстві.

За розрахунками ННЦ «Інститут аграрної економіки» нормативна потреба в основних засобах на виробництво сільськогосподарської продукції на період до 2025 року для усіх категорій господарств визначена в обсязі 1532,7 млрд. грн. при фактичній наявності вартістю 523,3 млрд. грн.