

There are however certain disadvantages, since certain social phenomena like unemployment, export and import rate etc. were controlled by Fiat currencies allowing to address the most unguent issues by monetary manipulation. Also USA could lose some of its economic importance if USD is no longer the international transfer default currency, so for USA it is not an attractive perspective. Moreover an economic crisis in one place affects all the globe. Also certain technological limitations must be address, like the XBT 3 operations per second only. However if a good cryptocurrency(s) and its implementers overcome its disadvantages it may have a stabilizing, transparent, anticorruption, common people friendly potential and that would be very interested to see not only in its financial perspective, but also in the way it affects the global distribution of wealth and power.

Ганна Блінова,
професор кафедри адміністративного права,
процесу та адміністративної діяльності
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ,
доктор юридичних наук, доцент

ЕТИКО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ПРАЦІВНИКАМИ ПІДРОЗДІЛІВ ПОЛІЦІЇ ПРЕВЕНТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасний час – це період технологій, які трансформували спілкування людей за допомогою соціальних мереж. Зараз Інтернет використовують понад 4,5 мільярда людей, тоді як кількість користувачів соціальних мереж перетнула позначку в 3,8 мільярда. Майже 60% населення світу вже користується Інтернетом і більше 50% використовує соціальні мережі [1]. В середньому людина витрачає майже дві години (приблизно 116 хвилин) на соціальні мережі щодня, це 5 років життя [5].

Представники поліції вивчають використання соціальних мереж для отримання інформації, особливо для тактичних цілей, наприклад, для збору інформації про загрози масового насильства, заворушень або злочинної діяльності під час інших незаконних масових демонстрацій [6]. Особливо актуальною ця проблема стала в процесі формування позитивного іміджу поліції після її реформування. Сьогодні усі публічні дії поліцейських можуть бути записані на мобільний пристрій та завантажені на YouTube або до іншої соціальної мережі. Працівники поліції повинні завжди про це пам'ятати, а також дотримуватись професійних етичних засад при користування соціальними мережами.

О.П. Косолап визначив основні напрями використання у практичній діяльності правоохоронних органів соціальних мереж : 1) отримання довідково-допоміжної інформації щодо конкретних осіб та їх контактів, стосовно конкретного кримінального провадження, свідків, потерпілих, підозрюваних тощо; 2) пошук інформації щодо соціальних зв'язків правопорушників, їх каналів злочинних контактів тощо; 3) встановлення достовірності алібі, місця знаходження особи та ін.; 3) підвищення рівня правової культури громадян; 4) ведення заходів, профілактично спрямованих на усунення умов, що сприяють вчиненню кримінальних правопорушень; 5) встановлення осіб з яскраво вираженою криміногенною поведінкою або схильністю до такого; 6) можливість використання техніки «ловля на живця» для розкриття правопорушників та злочинів; 7) поширення суспільно значимої інформації (щодо правопорушень, правопорушників, пошук свідків, доказів тощо); 8) розміщення звітної інформації та налагодження системи електронних звернень громадян; 9) підвищення рівня довіри громадськості правоохоронним органам тощо [2].

Закон України «Про Національну поліцію» у ст. 9 визначає засади відкритості та прозорості, згідно якої поліція забезпечує постійне інформування органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також громадськості про свою діяльність у сфері охорони та захисту прав і свобод людини, протидії злочинності, забезпечення публічної безпеки і порядку [4]. Згідно цього положення на офіційному веб-сайті МВС та НПУ розміщуються в актуальному стані інформаційні матеріали про діяльність підрозділів, нормативно-правова база, звіти, корисна інформація, а також новини. За допомогою веб-сайту МВС та соціальних ме-

реж є можливість повідомити про факти вчинення правопорушень. Також на офіційному каналі Нацполіції у YouTube, сторінках у соціальних мережах розміщуються коментарі щодо викриття злочинів та правопорушень вчиненими працівниками поліції. Відповідальними структурами здійснюється постійний моніторинг та аналіз матеріалів, розміщених у засобах масової інформації про антикорупційну діяльність органів та підрозділів НПУ.

Згідно п. 19 Європейського кодексу поліцейської етики служби поліції повинні бути готові надавати населенню об'єктивну інформацію про свою діяльність, не розголошуючи при цьому конфіденційних відомостей. Повинні бути вироблені основні напрямки з регулювання відносин із засобами масової інформації. Комітет міністрів Ради Європи вважає, що поліція повинна бути максимально прозорою для громадськості організацією, вона повинна бути готова надавати інформацію про свою діяльність, якщо вона хоче завоювати довіру населення. Рекомендується виробити директиви, призначені для регулювання відносин поліції із засобами масової інформації [7]. Згідно цих положень необхідно затвердити правила використання соціальних мереж підрозділами Національної поліції в Україні.

На виконання зазначених цілей спрямована інформаційна діяльність підрозділів Національної поліції у соціальних мережах. Наприклад, згідно Плану заходів з реалізації Стратегії розвитку органів системи Міністерства внутрішніх справ на період до 2020 року систематично поширювалась всіма доступними засобами комунікації інформаційні матеріали про порядок надання послуг органами системи МВС [3]. Таким чином, інформування громадськості про діяльність Національної поліції здійснюється у тому числі шляхом розміщення інформаційних повідомлень на їх сторінках у соціальних мережах.

Одним з найуспішніших підрозділів Національної поліції з використання соціальних мереж є патрульна поліція. Про це свідчать результати проведеного нами дослідження. На поточний час патрульна поліція має сторінки на Facebook, що нараховує 1 774 підписників, на YouTube – 10500 підписників, в Instagram – 38400, Twitter – 149200. Таким чином цими соціальними мережами охоплено близько 200 000 громадян. Проте, слід зазначити, що територіальні підрозділи патрульної поліції створюють окремі сторінки у соціальних мережах.

На сьогодні Ювенальна Поліція України представлена у таких соціальних мережах як facebook – 4802 підписника, instagram – 978 підписників. Враховуючи таку кількість користувачів складно говорити про ефективний позитивний інформаційний вплив та широту аудиторії, що складаються з батьків та дітей, до якої має бути донесена інформація правового та превентивного характеру. Слід мати також на увазі, що територіальні підрозділи ювенальної превенції також мають свої сторінки у соціальних мережах.

Виявлено, що основною інформацією у повідомленнях на сторінках патрульної поліції в соціальних мережах є: відомості, фото та відео про повсякденну роботу патрульних; про досягнення чи благодійну діяльність; про участь у масових заходах та спільних проєктах з органами публічної влади, закладами освіти, органами місцевого самоврядування; про ДТП та інші пригоди, на які вони виїжджали; про надання допомоги громадянам; про корисні поради водіям; про правила забезпечення безпеки дітей на дорогах та в транспорті; рекомендації та довідкова інформація про правову допомогу; попередження про погіршення умов; тренувальні вправи для водіїв на закріплення знання ПДД. Інформаційні повідомлення на сторінках підрозділів ювенальної превенції у соціальних мережах можна об'єднати у такі групи: 1) інформація довідкового змісту про телефони довіри, роз'яснювальна інформація про карантинні заходи; 2) інформація про надану допомогу дітям, що проживають у неблагополучних сім'ях, жертвам домашнього насильства, безпритульним дітям, тим, хто намагався вчинити самогубство, дітям переселенцям; 3) інформація профілактичного характеру щодо недопущення травмування дітей, зникнення неповнолітніх, булінгу, домашнього насильства, вживання неповнолітніми наркотичних речовин; 4) інформація про проведені контрольні заходи, наприклад щодо недопущення фактів продажу алкоголю та тютюну неповнолітнім; 5) інформація про організаційні заходи національної поліції, про плани, наради, засідання, зустрічі; 6) інформація про взаємодію поліції та проведення спільних заходів із навчальними закладами, закладами організації дитячого дозвілля, спортивними школами та товариствами; 7) інформація про спільні проєкти ювенальної превенції з іншими закладами, наприклад підготовка юних медіаторів, проєкт Ліга майбутніх поліцейських, шкільні служби порозуміння, тренінги для вчителів тощо; 8) інформація із привітаннями до свят, про творчі конкурси від ювенальної превенції для дітей та їх результати.

Таким чином, наведені дані свідчать про довільний та фрагментарний характер об-

рання представниками територіальних підрозділів патрульної поліції та підрозділів ювенальної превенції соціальних мереж для висвітлення діяльності своїх підрозділів. Це свідчить про реалізацію принципу відкритості Національної поліції, проте водночас відображає відсутність єдиної концепції МВС використання соціальних мереж територіальними підрозділами для інформування громадськості про свою діяльність, формування позитивного іміджу та підвищення рівня довіри суспільства.

Для удосконалення правового регулювання використання соціальних мереж в роботі підрозділів превентивної діяльності Національної поліції на наш погляд, необхідно розробити та затвердити відповідну концепцію МВС; у Правилах етичної поведінки поліцейських закріпити положення про принципи розміщення в соціальних мережах інформації; розробити методичні рекомендації та пам'ятки для працівників поліції щодо використання соціальних мереж.

1. До середини року більш як половина населення світу буде користувачами соцмереж. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2870117-do-seredini-roku-bils-ak-polovina-naselenna-svitu-bude-koristuvacami-socmerez.html> (дата звернення 18.12.2020)

2. Косолап О.В. Використання соціальних мереж у виявленні та розслідуванні злочинів: зарубіжний досвід та перспективні напрямки. «*Young Scientist*». № 8 (35), august, 2016. URL: <http://molodyycheny.in.ua/files/journal/2016/8/21.pdf> (дата звернення 12.12.2020)

3. План заходів з реалізації Стратегії розвитку органів системи Міністерства внутрішніх справ на період до 2020 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 21 серпня 2019 р. № 693-р. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/693-2019-%D1%80/prin> (дата звернення 12.12.2020)

4. Про Національну поліцію: Закон України від 02.07.2015 URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/580-19> (дата звернення 16.12.2020)

5. Соцмережі забирають 5 років нашого життя! URL: <http://artefact.live/%D0%B6%D0%B8%D1%82/> (дата звернення 18.12.2020)

6. Bobbie Johnson. Facebook information should be regulated, survey says // The Guardian. 5 June 2008. URL: https://www.theguardian.com/technology/2008/jun/05/privacy.socialnetworking?gu_src=rss&feed=technologyfull (дата звернення 15.12.2020)

7. CO-POL (2002) 5 European Code of Policie Ethics (Rec (2001) 10). URL: <https://polis.osce.org/file/8641/download?token=5A1YESI-> (дата звернення 15.12.2020)

Наталя Верхоглядова,
професор кафедри
аналітичної економіки та менеджменту
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ,
доктор економічних наук, професор

Ольга Кубецька,
доцент кафедри
аналітичної економіки та менеджменту
Дніпропетровського державного
університету внутрішніх справ,
кандидат економічних наук

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Багато із використовуваних на сьогодні інструментів формування стратегії підприємств, було розроблено наприкінці двадцятого століття. Під впливом мінливого середовища, що визначає обсяги споживання та пропозиції, суттєво змінюються умови функціонування численних фірм, що різняться за масштабами. Все це породжує необхідність застосування не лише звичних методик і правил формування стратегії підприємства, а й сучасних методик і правил, які виявляються часто більш доречними, бо враховують особливості функціонування підприємств при формуванні достатнього рівня їх економічної безпеки. Стратегія економічної безпеки підприємств має бути пов'язана з їх загальною стратегією.