



ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Kherson State University

**МАТЕРІАЛИ ІV МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

на тему:

**«ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ
СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ
ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ»**

ISBN 978-617-7783-30-4



9 786177 783304



ITMEI 2019

ECONIMICS AND MANAGEMENT DEPARTMENT

17-18 жовтня 2019 року

м. Херсон

Міністерство освіти та науки України
Херсонський державний університет
Херсонський національний технічний університет
Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана
Миколаївський національний аграрний університет
Одеський національний економічний університет
Одеський національний політехнічний університет
Івано-Франківський національний технічний
університет нафти і газу
Department of Commerce and Business Management Integral
University, Lucknow

Матеріали

IV Міжнародної науково-практичної конференції
«ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ
ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ»

17-18 жовтня 2019 року

Херсон
ФОП Вишемирський В.С.
2019

УДК 332.135(477)

П 78

Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції, Херсон, 16-18 жовтня 2019 р. / Упоряд. Т. Казакова. – Херсон, вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2019. – 458 с.

ISBN 978-617-7783-30-4

У збірник увійшли матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів: теоретичні та практичні аспекти». Затверджено рішенням вченої ради факультету економіки і менеджменту Херсонського державного університету (протокол № 2 від 21.10.2019 р.)

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова організаційного комітету:

Сергій Омельчук – д.п.н., професор, проректор із наукової роботи ХДУ, дійсний член Української академії акмеології

Члени організаційного комітету:

Тюхтенко Н.А. – д.е.н., професор, проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи ХДУ, Академік Академії економічних наук України

Соловійов А.І. – д.е.н., професор, декан факультету економіки і менеджменту ХДУ

Ушкаренко Ю.В. – д.е.н., професор, завідувач кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин ХДУ

Мохненко А.С. – д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та підприємництва ХДУ

Шашкова Н.І. – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту і адміністрування ХДУ

Орленко О.В., - д.е.н., професор, завідувач кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Чепок Р.В. – к.е.н., доцент, завідувач кафедри технологічної та професійної освіти

Гарафонова О.І. – д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту КНЕУ ім. В. Гетьмана (м. Київ)

Савіна Г.Г. – д.е.н., професор, проректор із наукової роботи ХНТУ (м. Херсон)

Драган О.І. – д.е.н., професор, професор кафедри управління персоналом та економіки праці НУХТ (м. Київ)

Шебаніна О.В. – д.е.н., професор, декан факультету менеджменту МНАУ (м. Миколаїв)

Макуха С.М. – к.е.н., доцент кафедри загальної економічної теорії та економічної політики ОНЕУ (м. Одеса)

Edwin J. Portugal – Full Professor, Ph.D, Professor of Business Administration Department, State University of New York in Potsdam (США)

John P. Olienik – Professor, Ph. D., Professor College of business, Colorado State University (США)

Andrew Seidl – Professor, Ph. D., Professor and Extension specialist – Public Policy of Agriculture and resource economics department, Colorado State University (США)

Amit Kumar – assistant professor in the Department of Commerce and Business Management Integral University, Lucknow (Індія)

УДК 332.135(477)

ISBN 978-617-7783-30-4

© ХДУ, 2019

© ФОП Вишемирський В.С., 2019

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ.....	17
Войчек А.О. ПРИЧИНИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ	17
Вольський Я.І. ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ.....	18
Вороненко І.В. МОНІТОРИНГ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК СКЛАДОВА ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	19
Гайворонський О.М. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ.....	20
Єршова О.О. КООПЕРАЦІЯ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ ТА США)	21
Зеленко О.М. ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ЗАГОТІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	23
Кирилюк В.В. СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА РІЗНИХ РІВНЯХ АНАЛІЗУ	24
Климчук О. ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ РИНКУ БІОПАЛИВ У КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ.....	25
Коваленко А.Р., Осадчий Д.С. СТРАХУВАННЯ КІБЕР-РИЗИКІВ В УКРАЇНІ.....	27
Кравець Г.І. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ МОДЕРНІЗАЦІЇ МІСТ В РАМКАХ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ	28
Кримцева Т.І. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА РІВНІ РЕГІОНІВ	29
Латкіна С.А., Камінчук В.Б. СУЧАСНИЙ СТАН МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	30
Медвідь М.В. ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ВІД БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ	32
Озеранська С.С. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ	33
Панченко Д.О. ПРИЧИНИ БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ ТА НАПРЯМИ ЇХ ПОДОЛАННЯ.....	34
Пасічник В.С. ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СТАЛОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ	36
Пендлишак І.О. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ АГРАРНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ.....	37
Петришен Ю.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ.....	38
Пухова Е.Е. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	40
Соловйов А.І. КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД В РЕГІОНАЛЬНІЙ ПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ.....	41
Сорокіна А.М. АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ	42
Тарасова А.В. ПРОБЛЕМА ПРОЖИТКОВОГО МІНІМУМУ ТА ЯКОСТІ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ	44
Цхай Р.О. ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТОВАРІВ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ГРУПИ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	45
Чумаченко О. ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	46

Шевченко Г.М., Петрушенко М.М. АКЦЕНТИ МЕТОДОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ОЗДОРОВЧОЇ РЕКРЕАЦІЇ В МІСЬКИХ АГЛОМЕРАЦІЯХ.....	48
Шершньов Ю.Д. РОЗВИТОК АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	48
Шульга М.О. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	50
СЕКЦІЯ 2. БУХГАЛТЕРСЬКІЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ.....	52
Багрій К.Л. ДЕЯКІ АСПЕКТИ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ	52
Бержанір І. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОБЛЕМИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ.....	53
Демченко Т.А. ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	54
Дем'янишина О.А. РОЗРАХУНКИ ІЗ ПІДЗВІТНИМИ ОСОБАМИ: ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ	56
Кириленко А.В. ПРОБЛЕМИ ТА РОЗВИТОК АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ.....	57
Лайчук С.М., Корецька Ю.І. ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ.....	59
Назаренко В.О. ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ ТА СПЛАТИ ЗЕМЕЛЬНОГО ПОДАТКУ В УКРАЇНІ.....	60
Романчук А. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ: ПРОТИРІЧЧЯ ТА ПЕРЕВАГИ.....	61
Самар О.С. ВНУТРІШНІЙ АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ	62
Сидоренко Л.О., Салівон І.А. ОСОБЛИВОСТІ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	64
Сирцева С.В., Аванесова Е.С. ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПДВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ	65
Смурова Г.С. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ.....	66
Тичук Т.О. ЕВОЛЮЦІЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ОСНОВ ОЦІНКИ ОБ'ЄКТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ	67
Ходзицька В. ПОТОЧНІ АКТИВИ КОРПОРАЦІЙ: МІЖНАРОДНИЙ ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ	69
СЕКЦІЯ 3. ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ	71
Бойко А.О., Яровенко Г.М., Доценко Т.В. КЛАСТЕРНИЙ ТА БІФУРКАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ РИЗИКІВ УЧАСТІ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ У ПРОЦЕСІ ВІДМИВАННЯ ГРОШЕЙ	71
Брашавецька О.В. МЕТОДИ МІНІМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА	72
Візнюк А.Я. ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМЦІВ В ПОЛЬЩІ	74
Водяницька О.С. ДОХІДНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ.....	75
Головань Д.В. АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ГРОШЕЙ У ЧАСІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	76
Даниленко М.С. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ ТА ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ НАДХОДЖЕНЬ	77
Дубров В.Г. СТАН ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	78
Задворних С.С. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ РОЗВИТКУ БЕЗГОТІВКОВОГО СУСПІЛЬСТВА	79

Zapotichna R. TRENDS AND ISSUES IN MULTINATIONAL BANKING	81
Кириченко А.В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ	82
Козак А.О. МІСЦЕВІ ПОДАТКИ І ЗБОРИ ЯК ДЖЕРЕЛО НАПОВНЕННЯ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ	83
Колачник П.П. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ	84
Кульченко В. ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК РИНКУ ПЛАТІЖНИХ ПОСЛУГ	86
Кутіщева Є.О. КОРУПЦІЯ ТА ЇЇ ЗАПОБІГАННЯ	87
Лозан С.М. УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	88
Макуха С.М. ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ	89
Остапенко А.С., Повод Т.М. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ	91
Попков В.М. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ	92
Поплюйко А.М., Голосна О.В. СПЛІТ: ДОДАТКОВИЙ СТИМУЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ	93
Прянишникова М.В. МІКРОФІНАНСОВЕ КРЕДИТУВАННЯ	95
Рилєєв С.В. ПОДАТОК НА ПРИБУТОК: ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВОГО ТА ПОДАТКОВОГО АНАЛІЗУ	96
Рудницька К.С., Туряк Х.Д. ДИНАМІКА ЕКСПОРТНО - ІМПОРТНОЇ ПОЗИЦІЇ УКРАЇНИ	98
Салмін О.М. ЕТАПИ ВПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ	99
Свірський В.С., Бевз О.В. МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	100
Сібова І.Д. ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ ПРОЄКТІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ НА 2020-2022 РОКИ	102
Східницька Г.В. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ВИРОБНИЦТВА НА УМОВАХ КОМЕРЦІЙНОГО РОЗРАХУНКУ	103
Тарановський М.В. СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ ТА ЙОГО МІСЦЕ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	104
Терлецька В.О. РИЗИКИ У ВЕНЧУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	105
Ткачук А.М. ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ МІСЦЕВИХ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ У ВЛАСНИХ ДОХОДАХ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ	107
Фурдуй К.О. СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	108
Хомолюк Ю.Ю. ОБЛІК ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ У ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКИХ СПОРТИВНИХ ШКОЛАХ	110
Цюра У.О. РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У ФІНАНСОВИХ РИНКАХ	111
Черненко К.В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ	112
Чорноіваненко В.В. НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВИЙ РИНОК»	114

Чумак В., Абраменко М. ЗАЛУЧЕННЯ БАНКІВСЬКИХ КРЕДИТІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ	115
Шалигіна І.В., Тищенко В.В. ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ І СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	116
Шалигіна І.В., Чала О.О. КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ЙОГО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	118
Шкура І.С. АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ НА БАЗІ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ.....	119
СЕКЦІЯ 4. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	121
Агафонова А.О. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	121
Алексеєнко П.В. КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ	122
Атаєва О. СТРУКТУРІЗАЦІЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНОЇ ЗАЦІКАВЛЕНOSTІ ПЕРСОНАЛУ	123
Бурик Ю.І. ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ	125
Бушмакіу О.В. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЇХ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ	126
Вовк І.В. SPASЕ-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЛОЖЕННЯ МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА	128
Войтенко К.В. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	129
Гаманович А.В. ЗАЛУЧЕННЯ КАПІТАЛУ У ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	130
Гарафонова О., Бардаченко Д. ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ.....	132
Головіна С.В. СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	134
Громова В.О. ПОЗИЦІЇ ЩОДО ПОЛПШЕННЯ ОБЛІКУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	136
Досенко В.А. ФОРМИ ТА ВИДИ ОПЛАТИ ПРАЦІ	137
Дутченко О., Рожкова М. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	138
Єршова О.О. КООПЕРАЦІЯ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ ТА США)	139
Жалдак Г.П., Шульгіна Л.М. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ УСПІШНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ЄС НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	141
Зозуля Є.С. СОВРЕМЕННЫЕ БИЗНЕС МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	142
Івахненко О.М. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ	144
Пуєнко А.В. MAJOR CHANGES IN SOCIAL AND LABOR RELATIONS IN UKRAINE IN THE DIGITAL ECONOMY	145

Карімов Г.І., Іванець О.В. ОЦІНКА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА	146
Ковальов В.В., Ковальова К.І. ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	148
Колкотиніч В.С. ФОРМУВАННЯ РИЗИК ОРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	149
Кондратенко Д.Ю. АУДИТОРСЬКА ПЕРЕВІРКА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	150
Копець Г.Р., Лебединець Л.І. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ.....	152
Кропінова П.В. ПОНЯТТЯ ТОВАРНО-МАТЕРІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ.....	153
Кулиняк І.Я., Михайлунів Ю.О. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА	154
Лимонова Е.М. ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ: ЕТАПИ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ.....	155
Майброда К.А. ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ І ПЛНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	156
Маркелія Е.Р. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДОВІДАЛЬНОСТІ	158
Мельникова К.В. РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМ РИЗИКОМ ПІДПРИЄМСТВА	159
Мешкова-Кравченко Н.В., Горб В.А. ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	160
Миронова М. ОЦІНЮВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ	162
Михайличенко А.О. СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»	163
Мороз І. ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ, ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ У МАШИНОБУДІВНІЙ ГАЛУЗІ	164
Мохненко А., Перезовова І. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ.....	166
Пасічний В.В. ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА».....	167
Пономаренко В.І. СУЧАСНІ МЕТОДИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА: ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ, ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ.....	168
Прудська А.С. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ.....	169
Прядко Ю.О. ПОНЯТТЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	171
Пузанова Я.А. УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	172
Рябченко В. СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ВАЛОВИЙ ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ».....	173
Сакундяк А.В. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ВЛАСНОГО ВИРОБНИЦТВА.....	174
Седнева А. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	175
Синякова К.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ	176

Скиба А.І. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	177
Сліпко С.Г. СУЧАСНІ АСПЕКТИ РИНКУ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ	179
Стрюк О.Л. ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА СОКОВОЇ ГАЛУЗІ	180
Ткаченко Н. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАЛОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ	181
Ткачук А.М. РОЗВИТОК ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЗАЙНЯТІСТЬ	182
Тумак О.С. ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РИНКОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	184
Тюхтенко Н.А., Кметь О.С. ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СВІТОВИХ ПРОЦЕСІВ	185
Ульченко В.О. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	189
Ушкаренко Ю.В. КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ РЕСУРС РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	190
Федорчук О.М., Дискіна А.А. ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ	191
Харченко Г.А., Харченко В.В. ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	193
Цимбаревич Є. ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	194
Шалигіна І.В., Чала О.О. КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ЙОГО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	195
Шандова Н.В. ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДО ПОШУКУ ФАКТОРІВ УСПІХУ	196
Широкова А.О. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУДНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	198
Шкарупа О.В., Шкарупа І.С. ФОРМУВАННЯ МУЛЬТИРІВНЕВОЇ СИСТЕМИ ТРАНСФЕРУ ЕКОІННОВАЦІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА	199
Шквиря Н.О. ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КАНАЛІВ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	200
Яковлев В.І. ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ	202
Яласт В.А. ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ	202
<hr/> СЕКЦІЯ 5. ІННОВАЦІЇ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ	
Балан М.М. МЕТОДИКА ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖПРЕДМЕТНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ «СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ МАШИНИ»	204
Борисевич О.М. РЕАЛІЗАЦІЯ ЗМІСТУ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ ЗАСОБАМИ СУЧАСНИХ ПЕДАГОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	205
Бут Є.Ю. ВПЛИВ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ НА ДОВКІЛЛЯ	206
Єршова А.О. РОЛЬ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ ГРАФІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ УЧНІВ ПТНЗ	207

Корінь Д.О. ОСОБЛИВОСТІ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ В УМОВАХ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ	209
Кострицький В.Г., Саух О.М., Дубовик Л.П. З ДОСВІДУ ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ОПІР МАТЕРІАЛІВ».....	211
Макортет А.Г. ФОРМУВАННЯ ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ТЕХНОЛОГІЙ.....	212
Маргітич М.Я. ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙУ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ТЕХНОЛОГІЙ.....	214
Мороз К.Є. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЇ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ	215
Сазоненко О.О. ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НА ЗАНЯТТЯХ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ..	216
Саух О.М. ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ У ПРОЦЕСІ ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ В ЗАКЛАДАХ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ.....	218
Сиволап Д.С. ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ В ОСВІТІ	219
Соколянська Л.В. ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ НАОЧНОСТІ НА ЗАНЯТТЯХ З ПРЕДМЕТУ «СПЕЦІАЛЬНА ТЕХНОЛОГІЯ» У ЗАКЛАДАХ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ.....	220
Холявко М.М. ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІЧНИХ ГАЗІВ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	222
Чарнецький Є.І. ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНСТРУКТОРСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ НА ЗАННЯТТЯХ ВИРОБНИЧОГО НАВЧАННЯ	223
Чепок Р.В., Чепок В.І. НОВІТНІЙ ПІДХІД ДО МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ТЕМИ «АКСОНОМЕТРИЧНІ ПРОЕКЦІЇ В ШКІЛЬНОМУ КУРСІ З КРЕСЛЕННЯ».....	224
Шаруділова О.О. ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ПІДСТАВА РОЗВИТКУ ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ	226
Шипілін В.Г. РОЗВИТОК ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ У СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА НА ЗАНЯТТЯХ З ДИСЦИПЛІНИ «ТРАКТОРИ ТА АВТОМОБІЛІ».....	228
Шпак Л.М. КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ ТЕХНОЛОГІЙ	229
Юдін В.С. ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ВОДІЯ ТРАНСПОРТНОГО ЗАСОБУ	231
СЕКЦІЯ 6. МАРКЕТИНГ	233
Акіменко А. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ «ЯСНОГОРОДСЬКА ПЛЕМІННА СТРАУСИНА ФЕРМА»)	233
Воловік Д.О. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГОВО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ	234
Воронько В.О. SMM - ДРАЙВЕР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	236
Гацька Л.П. ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ЕКОЛОГІЧНОГО РИНКУ	237
Гур'єв М.В. ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНОЛОГІЙ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ЯК СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ	239

Завадська А.В. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	240
Калашніков В.В. СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ.....	242
Кофан С.С. ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	243
Мазур О.Є. РОЗВИТОК КАНАЛІВ ПРОСУВАННЯ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ.....	245
Мороз Л.А. ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ, ПРОБЛЕМИ.....	246
Савченко А.І. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ	247
Сиволап Ю.Ю. ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ ЯК НОВАЦІЯ СУЧАСНОЇ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ	248
Стамбул М.А. РЕКЛАМНІ ЗАХОДИ З ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТОВ «КРАЙ КЕРАМА» НА РИНОК БУДІВЕЛЬНОЇ КЕРАМІКИ.....	250
Сукач О.М., Луценко Н.О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ТЕРИТОРІЇ	251
Танська А.О. ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ	252
Хвостенко О.С. МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ.....	254
<hr/> СЕКЦІЯ 7. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ.....	
<hr/> 256	
Бачо Р.Й. ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ	256
Вонберг Т.В., Герасько В.Ю. МІСЦЕ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У HR-СЕРЕДОВИЩІ	257
Дем'янчук М.А., Мегель К.Р. ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМАХ.....	258
Михайлова В.О. ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ	259
Скляр Д.В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ.....	261
Скріпкіна Є.Г. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИНЕЙНОЙ НОРМИРОВАННОЙ ДИАГРАММЫ В ОЦЕНКЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ПОЗИЦИИ БИЗНЕСА.....	263
Соломіна Г.В. ГЛОБАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ ЦИФРОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ФОНДОВОГО РИНКУ.....	264
Суходольська А.С. РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	265
Швець А.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТУ ТА ЛОГІСТИКИ НА ПЛАТФОРМІ БЛОКЧЕЙН.....	267
<hr/> СЕКЦІЯ 8. МЕНЕДЖМЕНТ	
<hr/> 269	
Баценко Л.М. СУЧАСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ МОТИВАЦІЄЮ - САМОМОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ.....	269
Бордюг К. ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЛІДЕРСТВА У МЕНЕДЖМЕНТІ ЗАКЛАДАМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	270
Бутенко Н.Ю. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ ЗНАННЯМ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ	271

Вакуленко Є. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА	272
Вольський Я.І. ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ.....	273
Галенін Р.В. ІНВЕСТИВАННЯ КОШТІВ В ПЕРСОНАЛ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	275
Грес Ф.К. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ АУТСОРСИНГУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	276
Гуль І.Г., Завидівська О.І., Сухан М.В. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СПОРТИВНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УМОВАХ РИНКУ	277
Гусаковська Т.О., Репало В.В., Мендель А.В. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ	278
Гуцан О.М. ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО УПРАВЛІНЦЯ – ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ТА ПІДПРИЄМСТВА	280
Дрималовська Х.В., Томашевська А.Р. ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В КОМПАНІЯХ ЯПОНІЇ ТА США... ..	281
Задоя О.А. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ МОДЕЛІ В КОНТЕКСТІ ІНКЛЮЗИВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ВИБІР УКРАЇНИ	282
Калініна О.М. МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ЩОДО ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ РІШЕНЬ АКЦІОНЕРА НА КОРПОРАЦІЮ	283
Карадобрі Т.В. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	284
Каряка О. ЦИФРОВИЙ ПРОФІЛЬ ЯК ОСНОВНИЙ СЕГМЕНТ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ.....	285
Колеснікова О.Г. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ БАНКОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ..	287
Кондрук Д.В. РИЗИК МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ.....	288
Копішинська К.О. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ В УКРАЇНІ.....	289
Корчевська Л.О., Болгар М.С., Нечитайло Д.В. СТРУКТУРНІ ПРИНЦИПИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА	291
Курочка С.О. МОБІНГ – НЕГАТИВНЕ ЯВИЩЕ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	292
Кухарчук І.О. ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ HR-МЕНЕДЖЕРА.....	294
Литвиненко О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗГАЛУЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПО ІЄРАРХІЧНИМ РІВНЯМ КОМПАНІЇ.....	295
Лозова О.В., Дністрян А.В. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	296
Макаренко С., Олійник Н., Іванченко М. ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	297
Миколайчук І.П. КОНЦЕПТУАЛЬНА СУТНІСТЬ ТА МОДЕЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ	299
Момот В. ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ З СУТТЄВОЮ ПИТОМОЮ ВАГОЮ ДИСТАНЦІЙНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ.....	300
Мурашко А.Є. УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВІ SCRUM МЕТОДОЛОГІЇ	301
Наумчук О.А. УПРАВЛІННЯ ПРАЦЕЗДАТНІСТЮ УЧАСНИКІВ ТРУДОВИХ ПРОЦЕСІВ	303

Нгуєн Х.Т. СУТНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ	304
Оніщенко М.Л., Дутченко О.О., Авраменко А.Ю. СОЦІАЛЬНЕ ПРОЕКТУВАННЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ	305
Павлович О.Р. КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ СИСТЕМНОЇ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ	307
Петришен Ю.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ.....	308
Петрук Т. КРОС-КУЛЬТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ПОВЕДІНКИ ПЕРСОНАЛУ: СУТНІСТЬ ТА ЗАСТОСУВАННЯ В УПРАВЛІННІ.....	309
Пилипенко В.О. МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ.....	311
Побережник І. ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	312
Полотнянко О.І. ФАКТОРИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РЕСУРСІВ ОРГАНІЗАЦІЇ	313
Рибалко-Рак Л.А., Блудова В.В., Лазаренко П.М. ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЯКІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ЗАСТОСУВАННЯ.....	315
Світайло В.Ю. ФОРМИ І МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ	316
Сімаїкін С.Г. РОБОТА З МОЛОДИМИ ФАХІВЦЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	317
Сновидович І.Г. УПРАВЛІНСЬКІ КОМПЕТЕНТНОСТІ – ОСНОВА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА.....	319
Soloviov N.A. THE FEATURES OF THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM'S DEVELOPMENT IN THE SHIPBUILDING ENTERPRISE	320
Сукрушева Г.О. АДАПТАЦІЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ СТИМУЛЮВАННЯ ТА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО В УКРАЇНІ	321
Філіпковська Л.О., Довгополик І.Ф. АНАЛІЗ ЯКОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ	323
Чаюн М.Р.,	324
ВПЛИВ ПОРУШЕНЬ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ЕКОНОМІЧНУ СИСТЕМУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ	324
Чуб О. ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....	325
Шашкова Н.І. ЗАКОНОМІРНОСТІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ	326
СЕКЦІЯ 9. НОВА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ.....	328
Бучко М.О., Заблоцька А.О. РЕФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ В УКРАЇНІ	328
Дивак В.В. ЕКОНОМІЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКА ШКОЛИ ВИКЛИК СЬОГОДЕННЯ.....	329
Казакова Т.С. ПРОФЕСІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	330
Лемешко А.Д. ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ АКТИВНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	332
Ліхачова О.О. ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ ПРИ ПРОВЕДЕННІ СТУДЕНТСЬКО-ПРОМИСЛОВОГО ФОРУМУ «ЯРМАРОК ВАКАНСІЙ» У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ	333
Несен І.О. РІВЕНЬ СФОРМОВАНОСТІ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ – ГОТОВНІСТЬ ВИПУСКНИКА ВНЗДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	334

Рябокони І.О. НОВА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ В УКРАЇНІ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ВИКЛИКИ.....	335
Яшук Т.А. ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ	337
СЕКЦІЯ 10. ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ.....	339
Авраменко Т. ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНО-ПРАВОВИХ ЗАСАД ЗАПОБІГАННЯ ЗЛОЧИНІВ У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	339
Андрєєв А. ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПОСЛУГАМИ В УКРАЇНІ	340
Бобошко Р. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОГО КОНТРОЛЮ НАД ОЗБРОЄННЯМ УКРАЇНИ.....	341
Гладких В.О. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПЛАНУВАННЯ ТРУДОВОЇ КАР'ЄРИ ПЕРСОНАЛУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ	343
Добнянська Н.А., Лебедева В.В., Костіков О.В. ОСНОВНІ ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ ВЗАЄМОДІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ВЛАДИ ЗІ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ.....	344
Дроздина А.А. СУЧАСНИЙ СТАН ЗАХИСТУ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ	346
Звонарьова О. ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ	347
Козік Є. ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ ВРЕГУЛЮВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТІВ	348
Осипенко Н.О. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ СІМЕЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	349
Письменна Є.М. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ПРАЦІ В МІСТІ КРИВИЙ РІГ	351
Прокопчук О.Д. ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ	352
Савастєєва О.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ПОДАТКУ У СКЛАДІ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ	353
Сисоєнко І.А. НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	355
Черноус О.В. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЕГУЛЯЦІЇ В СФЕРІ ОХОРОНИ ПРАЦІ ТА НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ.....	356
СЕКЦІЯ 11. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ	358
Адвокатова Н.О., Повод Т.М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ	358
Білоусов А. СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА».....	359
Бондарєва О.О. ДИНАМІКА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ УКРАЇНИ В КРАЇНІ ЄС.....	361
Волкодав Г.О. ПРЯМЕ ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТИВАННЯ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	362
Герасічкін І.В. УКРАЇНА В ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ.....	363
Грес Ф.К. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ АУТСОРСИНГУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ	364

Гринюк Н.А. РОЗВИТОК ЄВРОПЕЙСЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ.....	365
Грудковська Я.В. СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	367
Гурова В.О. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПОПЕРЕДЖЕННЯ БЕЗРОБІТТЯ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ	367
Задоя А.О. ПОРТФЕЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ: РЕЦИПІЄНТНО-ОРІЄНТОВАНІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНІ МОДЕЛІ	369
Камбурова Ю.І. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ.....	370
Крестинич І.В. АНАЛІЗ ПРЯМИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ	371
Крупський С.С. МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ПОДОЛАННЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	372
Kumar Amit IMPACT OF DEMONETIZATION ON THE ECONOMIC GROWTH OF INDIAN ECONOMY	374
Курбет О. МОТИВИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ МІГРАЦІЇ: ІСТОРИЧНИЙ ЗРІЗ ТА РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ.....	375
Лебедченко В.В., Дурневич Г.М. «ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА ЯК ШЛЯХ ДО ПОДОЛАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО КРИЗУ	377
Natorina A. NOTIONAL BACKGROUND OF CONNECTED RETAIL	378
Недойнов К.В., Чиквашвілі Д.О. ПЕРЕДУМОВИ ІНТЕГРУВАННЯ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ	379
Нікіщенко В.В. ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	381
Новік І.О. ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ	382
Олейніченко К.О. НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ	383
Осадчий О.Д. ІНДИКАТОРИВІЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ	384
Паламарчук А.Р. ПРОБЛЕМИ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ.....	386
Прохода О.І. ВИКЛИКИ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА РИНКУ ПРАЦІ.....	387
Руденко О.М. РОЛЬ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	388
Рудий В.С. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ: ОЦІНКА ПОТОЧНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОКРАЩЕННЯ.....	389
Савчук Д.О. РОЛЬ ДЕРЖАВИ У МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ.....	390
Соколенко В.В. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ	392
Сотнікова О.О. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПОШТОВИХ ТА КУР'ЄРСЬКИХ ПОСЛУГ	393
Требушна А.С. ДИНАМІКА МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В КРАЇНИ ЄВРОПИ	394
Трускавецький Д. СТАН МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ.....	394
Чеботар А.В. ЕКОНОМІКА ДАНИХ НА ПРИКЛАДІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ ДАНИХ	396

Чмут А.В. РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ	397
Chornomord Y. COMPETITIVENESS OF UKRAINE IN WORLD RATINGS	398
СЕКЦІЯ 12. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	
400	
Воронець Д.О. ТЕОРІЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ М. ПОРТЕРА ТА ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В УКРАЇНІ	400
Гризовська Л.О. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	401
Гузар У., Дубик Н., Малічевська Х. КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	402
Гузій Т.В. ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	404
Докшина О.Ю. ВПРОВАДЖЕННЯ У ЗАКЛАДИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ	405
Іванов Є.О. КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	406
Карпенко В.О. АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	407
Кузьменко М.Ю. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСОСУВАННЯ ТЕМАТИЧНИХ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ	409
Куржос А.С. ВПРОВАДЖЕННЯ НАССР У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	410
Орленко О.В. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ХОСТЕЛІВ В УКРАЇНІ	411
Перегибенко А.О. КАВ'ЯРНЯ З ТВАРИНАМИ ЯК ТРЕНД ОСТАННІХ РОКІВ	412
Румянцева І.Б. ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ БОТІВ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	413
Руптанов А.Ю. АНАТОМІЯ СТИЛІВ ПИВА	414
Сіденко І.І. РОЗРОБКА ЕКО-МОТЕЛЮ ЯК СУЧАСНОГО ЗАСОБУ РОЗМІЩЕННЯ	415
Фролова Н.С., Гаркуша В.І. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	416
Yakymchuk D.M. ROBOTIZATION OF HOSPITALITY ESTABLISHMENTS: PROBLEM OR DEVELOPMENT PERSPECTIVE	417
СЕКЦІЯ 13. ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	
419	
Артюмова А.В. МЕТОДИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ	419
Бондарь О.І. EVENT - МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	420
Буряк Г.М. АНІМАЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗЕЛЕНОГО (СІЛЬСЬКОГО) ТУРИЗМУ	422
Вітюк А.В. ДИНАМІЧНЕ ПАКЕТУВАННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ	423
Гармаш С.В. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ТА ВДАЛОГО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СУЧАСНИХ КРИЗОВИХ УМОВАХ	425

Гузар І. ПРИВАБЛИВІСТЬ БРЕНДУ М. ЛЬВІВ ДЛЯ ТУРИСТІВ.....	426
Гуцько Д.П. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ У ВЕЛОТУРИЗМІ.....	427
Деркач О.Г. СИСТЕМА ЕФЕКТІВ ВІД ПРОВАДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	429
Дементєєва Т.В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	430
Дзюба А.В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	431
Дубровна М.І. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ТУРИЗМУ.....	432
Камінська О.О. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ.....	433
Кваско Ю.Ю. ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ ДЛЯ УМОВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ.....	435
Климчук І.Я. ПРОПОЗИЦІЇ РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ДЛЯ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	436
Книга Я.Р. РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ.....	437
Ложкіна А.А. ТЕМАТИЧНА ЕКСКУРСІЯ ЗА ТУРИСТИЧНИМ МАРШРУТОМ «САДИБА КНЯЗЯ ТРУБЦЕЦЬКОГО».....	438
Лозович І.С. СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	439
Макієнко О.А. МІФОДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ.....	441
Мионов Ю. ДЖЕРЕЛА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	443
Момот Н.С. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ.....	444
Музиченко-Козловська О. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ МІСТА ОДЕСА.....	445
Нездоймінов С.Г., Петрова А.С. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ МІСТА ОДЕСИ.....	446
Осипова О.О. ПІШОХІДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ «КОЗАЦЬКИЙ ТЕРЕНКУР».....	447
Сирцова Л.С. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОРНОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	448
Степаненко А.О. МЕХАНІЗМ ОРГАНІЗАЦІЇ МІСЬКИХ ЕКСКУРСІЙ.....	450
Суховаєєва В.В. МАРКЕТИНГОВІ МЕХАНІЗМИ РОЗРОБКИ БРЕНДА ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ.....	451
Тонг Тхі Тху Хань ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СФЕРІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ПІВДНЯ УКРАЇНИ.....	453
Филипенко Н.В. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ.....	454
Шевченко Ю.С. ЕКСКУРСІЯ ЗА ЕКОЛОГІЧНО-ВОДНИМ ТУРИСТИЧНИМ МАРШРУТОМ «ХЕРСОНСЬКА АМАЗОНКА».....	456
Яновська В.С. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПЛЯЖНОГО ВІДПОЧИНКУ В РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ.....	457

СЕКЦІЯ 1**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ****Войчек А.О.,**студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету*Науковий керівник: ст. викладач А.О. Лагойський***ПРИЧИНИ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ**

Безробіття є невід'ємною складовою ринкової економіки, одним із негативних наслідків самої природи ринку, результатом дії його головного закону – попиту і пропозиції. Усі країни світу прикладають багато зусиль для подолання даного явища, але жодній ще не вдалося ліквідувати його повністю. Тому безробіття є центральною соціальною проблемою сучасного суспільства[4].

Сутність процесів безробіття активно досліджуються в працях як зарубіжних, так і вітчизняних науковців. Серед вітчизняних учених, які зробили свій вклад у дослідження даної тематики стали: А. Бабаскін, Я. Безугла, П. Василенко, В. Венедиктов, С. Дріжчана, В. Жернаков, С. Іванов, Г. Кондратьєв, О. Магницька та ін.

Безробіття є макроекономічною проблемою, яку формують такі чинники:

- структурні зрушення в економіці, що призводять до масштабних змін у структурі й кількості попиту на робочусилу;
- зниження темпів економічного розвитку спричиняє зменшення кількості робочих місць, порушення збалансованості кількості працівників і кількості робочих місць;
- недостатній сукупний попит;
- інфляція викликає скорочення капітальних вкладень, зниження реальних доходів населення, що викликає збільшення пропозиції зі зменшенням попиту на робочу силу;
- співвідношення цін на фактори виробництва, яке веде до переважання працездатних технологій;
- сезонні коливання виробництва, що викликають зміни у попиті на робочу силу;

Безробіття не може бути доцільним ні в економічному, ні в соціальному плані, оскільки його зростання створює цілий комплекс проблем: скорочується купівельна спроможність населення, бюджет втрачає платників податків, підприємство – персонал. Зростають ризик соціального напруження, додаткові витрати на підтримку безробітних. Безробіття характеризує макроекономічну нестабільність і циклічний характер розвитку[2].

Першочерговими причинами безробіття в Україні на сьогоднішній день є:

- низький рівень заробітної плати, яку пропонують роботодавці;
- невідповідність системи підготовки фахівців потребам ринку праці;
- система освіти, погано реагує на зміни ринку;
- відсутність сприятливих умов для малого та середнього бізнесу;
- світова фінансова криза, яка позначилася не лише на малих підприємствах, але так само і на великих галузевих комплексах [5].

Основними напрямками вирішення проблеми безробіття в нашій країні на наш погляд можуть бути:

- преміювання підприємств, які сплачували страхові внески протягом більше, ніж двох років, без звільнень робітників;
- надання податкових кредитів підприємствам за кожне нове створене робоче місце;
- відповідність держзамовлення на підготовку спеціалістів у відповідності із реальним станом попиту на робочу силу ;
- стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу;
- надання підприємцям субсидій, премій та податкових пільг для найму додаткової робочої сили або переведення частини працівників на скорочений робочий день;
- заходи щодо квотування робочих місць для представників найуразливіших груп на ринку праці, безвідсоткові кредити, що надаються безробітним, які започатковують власний бізнес[4].

Висновок. Для подолання безробіття в Україні потрібно проводити певні заходи, такі, як: практична реалізація державної та регіональної програм зайнятості; приведення законодавства

України у відповідність із міжнародними нормами; захист внутрішнього ринку праці; забезпечення сприятливих умов для розвитку малого бізнесу та підприємницької діяльності безробітних; усунення невідповідності між потребою у кваліфікованих кадрах і фактичною професійно-кваліфікаційною структурою пропозиції робочої сили; технічне оснащення та вчасна модернізація робочих місць, що дозволить забезпечити дотримання одного із головних принципів організації заробітної плати на підприємстві – перевищення темпів зростання продуктивності праці над темпами зростання заробітної плати, а також ліквідувати фіктивні робочі місця та зменшити приховане безробіття та ін. [3].

Література:

1. *Причини безробіття в Україні* Зіневич С. В., 2014с 149
2. *Полуяктова О.В. Проблеми безробіття в Україні.Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К.Д. Ушинського.Випуск # 2 / 2016 Економіка і суспільство. С.31-35*
3. *Актуальні проблеми і шляхи вирішення . Федоришина Л.М. регіональна економіка, демографія та соціальна політика С.106 <http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi>*
4. *Демографія , економіка праці,соціальна економіка і політика. Вісник Хмельницького національного УніверситетуС.421-426 http://www.market-infr.od.ua/journals/2018/19_2018_ukr/71.pdf*
5. *Проблеми безробіття та шляхи його подолання в Україні:веб-сайт <https://studfiles.net/preview/5602406/page:9/> (дата звернення 27.03.2019)*

ВОЛЬСЬКИЙ Я.І.,

студент 2 курсу магістратури економічного факультету
Подільського державного аграрно-технічного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Т.В. Гоголь

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Аграрний сектор має історичний шанс реалізувати свої порівняльні і конкурентні переваги, ставши каталізатором подолання кризових явищ і динамічного зміцнення економіки держави в цілому. Доведено, що приріст ВВП, досягнутий за рахунок галузі сільського господарства, ефективніше сприяє усуненню бідності населення порівняно з іншими галузями національної економіки. Крім того, у світі продовольство рік у рік стає все більш важливим стратегічним ресурсом і зрівнюється з енергоносіями.

Уся історія розвитку сільських поселень нерозривно пов'язана з особливостями розвитку сільськогосподарської та пов'язаної з ним діяльності як основного способу прикладення праці й джерела забезпечення життєдіяльності в сільській місцевості. Специфіка сільських територій значною мірою визначається їх природними особливостями. Коли вживається словосполучення “сільські території”, мається на увазі те, що вони становлять близько 80% від загальної території країни, на якій розміщено 28,4 тис. населених пунктів і проживає 31,1% населення країни. На 1 січня 2017 р. населення України становило 42,4 млн осіб, у тому числі сільське населення – 13,2 млн, з яких сільське населення у віці 16-59 років складає 7792,1 тис. осіб (59,2%), з них у сільському господарстві зайнято майже 2866,5 тис. громадян. Частка аграрного сектору у валовій доданій вартості (ВДВ) країни становить більше від 13,7 %, що перевищує частку будівельної галузі в 5,5 рази, випереджаючими темпами досягається рівня промисловості, втім цей показник лише в 1,8 рази менше ВДВ, що формується в промисловості [1].

Принципово важливу роль у досягненні інтегральності економічного та соціального середовища України, суттєвого підвищення рівня капіталізації національної економіки має відігравати прискорення економічних перетворень у сільськогосподарському секторі. Значущість сільгоспвиробництва як структурного пріоритету визначається не лише значним природно–ресурсним та трудовим потенціалом і соціальною вагою цього сектору в Україні, а й можливостями скористатися позитивними довгостроковими трендами збільшення попиту на сільгосппродукцію на світовому ринку. Водночас сільськогосподарський сектор може розглядатися як потенційно місткий і значною мірою незадоволений ринок споживчої та інвестиційної продукції.

В результаті проведеного аналізу економічних трансформацій в аграрному секторі, представленого у статистичних збірниках [3;4], виявлено, що в період з 2010 р. по 2017 р. темпи нарощування обсягів валової продукції сільського господарства високі. В той же час, у структурі розподілу виробництва валової продукції за формами господарювання не спостерігається значних змін. Дана проблема особливо актуальна, оскільки основну масу сільськогосподарської продукції

виробляють у численних низькотоварних особистих селянських, фермерських господарствах, сільськогосподарських підприємствах, які самостійно не в змозі формувати достатньо великі партії сільськогосподарської продукції для продажу.

Питання наукового обґрунтування шляхів розв'язання проблеми формування та розвитку великотоварного конкурентоспроможного агропромислового виробництва й ефективного регулювання агропродовольчого ринку в Україні розглядаються багатьма дослідниками, особливо вони активізувалися останнім часом. Діяльність об'єднань корпоративного типу поряд зі значним підвищенням конкурентоспроможного агропромислового виробництва, мають ряд переваг великотоварного виробництва: розвинута спеціалізація; активне залучення інвестицій для технічного переоснащення; впровадження інноваційних технологій; виробництво продуктів харчування високої якості; можливості виходу на зовнішні ринки без посередників. Проте дослідження ННЦ "Інститут аграрної економіки" свідчать [2], що діяльність корпоративних агропромислових об'єднань призводить також до загострення соціальних проблем на селі: недостатньої участі у розвитку сільських громад і територій; зростання рівня безробіття через вивільнення зайвих працівників; часто нераціональне використання землі через порушення сівозмін; встановлення занижених внутрішньокорпоративних закупівельних цін, недонадходження податкових платежів у місцеві бюджети тощо, що в кінцевому підсумку стало ще одним джерелом вимивання коштів із сільських територій.

Продовження використання витратної економічної моделі, відсутність стимулів до інноваційних процесів і динамічного розвитку нових технологічних укладів обумовлюють неконкурентоспроможність української економіки, унеможливають кардинальне підвищення рівня та якості життя населення, провокують посилення соціальної напруги.

Література:

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Кропивко М.Ф. Розвиток самоврядних господарських об'єднань в агропродовольчій сфері / М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. - 2009. - № 9. - С. 21-26.
3. Сільське господарство України за 2013 рік: стат.збірник / За ред. Н.С.Власенко. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – С.44.
4. Сільське господарство України за 2017 рік: стат.збірник / відпов. за випуск О. М. Прокопенко. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – С.4.

ВОРОНЕНКО І.В.,

к.е.н., старший науковий співробітник,
доцент кафедри економічної кібернетики, провідний науковий співробітник
Національного університету біоресурсів і природокористування України

МОНІТОРИНГ РИНКУ ІНФОРМАЦІЙНО- КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК СКЛАДОВА ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) та засоби масової інформації на сьогодні є невід'ємною складовою функціонування всіх сфер економічної діяльності як конкретної країни, так і світу в цілому. Підкреслимо, що у схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки зазначено "Цифрова економіка базується на інформаційно-комунікаційних та цифрових технологіях, стрімкий розвиток та поширення яких вже сьогодні впливають на традиційну (фізично-аналогову) економіку, трансформуючи її від такої, що споживає ресурси, до економіки, що створює ресурси. При системному державному підході цифрові технології будуть значно стимулювати розвиток відкритого інформаційного суспільства як одного з істотних факторів розвитку демократії в країні, підвищення продуктивності, економічного зростання, а також підвищення якості життя громадян України" [1].

Водночас у схваленій Розпорядженням Кабінету Міністрів України ще в 2013 році на період до 2020 року Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні зазначено "На даний час для більшості держав розвиток інформаційного суспільства є одним з національних пріоритетів. При цьому інформаційно-комунікаційні технології є необхідним інструментом соціально-економічного прогресу, одним з основних чинників інноваційного розвитку економіки" [2].

Більш того у схваленій Розпорядженням Кабінету Міністрів України Концепції розвитку електронної демократії в Україні зазначено «З розвитком ІКТ з метою розширення можливостей участі громадян у процесі державотворення та державного управління все більше застосовуються інструменти електронної демократії. Водночас відсутність в Україні методології оцінки розвитку у сфері електронної демократії не дає можливості на даний час об'єктивно оцінити процеси, пов'язані із зазначеним питанням» [3].

В цих умовах, погоджуючись з Довгим С.О., що «достовірні та точні статистичні дані є ключовим чинником для розуміння економічних і соціальних явищ» [4], вважаємо за доцільне звернутися до аналізу систем індикаторів вимірювання ключових показників сучасного стану розвитку світового ринку ІКТ в умовах цифровізації економіки за трьома напрямками: ринок ІКТ, його безпека як складова національної безпеки країни, а також електронна демократія.

В результаті дослідження встановлено структуру показників, що включаються при розрахунку індикаторів моніторингу розвитку ринку ІКТ в умовах цифровізації економіки за трьома напрямками: ринок ІКТ (індекс розвитку ІКТ та регуляторний трекер ІКТ), його безпека як складова національної безпеки країни (індекс світового спокою та глобальний індекс кібербезпеки), а також електронна демократія (індекси розвитку електронного уряду, демократії, свободи преси та свободи в світі). Відзначено, що дані індекси розглядають ринок ІКТ з різних аспектів.

Незважаючи на це розглядаючи побудовану кореляційну матрицю між даними індексами можна зробити висновок щодо наявності високого та середнього рівня взаємозв'язку між цілим рядом індексів, найбільше з усіх корелюють між собою глобальний індекс демократії та індекс розвитку ІКТ.

Відзначено наявність тенденції щодо покращення досліджуваних індексів розвитку ІКТ, стагнації індексів, що характеризують стан електронної демократії за роками в цілому по світу. Аналогічна тенденція спостерігається й в Україні, однак незважаючи на це наразі рівень даних індексів України є нижчими ніж загальносвітові, тобто доцільно робити подальші кроки щодо покращення рівня розвитку ІКТ, кібербезпеки та регулювання ІКТ, безпеки та електронної демократії.

Подальші наукові дослідження з даної наукової проблематики повинні бути зосереджені на функціональному та кореляційному аналізі інших індикаторів моніторингу розвитку інформаційного простору, запропонованих іншими міжнародними організаціями, та удосконаленні за результатами якого єдиного інтегрального показника, що надаватиме більш цілісну характеристику.

Література:

1. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 67-2018-р від 17.01.2018 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>
2. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні №386 від 15.05.2013 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80>
3. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 47/2017 від 25.02.2017 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017>
4. Передумови становлення інформаційного суспільства в Україні. // Азимут-Україна, – 2008. – С. 288.

ГАЙВОРОНСЬКИЙ О.М.,

студент 2 курсу магістратури державного управління
Навчально-наукового інституту післядипломної освіти
ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.Б. Мирошниченко

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ОСНОВИ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Сьогодні регулювання й управління земельними відносинами здійснюється згідно з нормами Конституції України, Земельного кодексу України, галузевих нормативно-правових актів, які є основними у сфері земельного законодавства. Але вони не тільки регулюють земельні відносини, але й створюють необхідні умови для раціонального її використання, рівноправного розвитку й охорони всіх форм власності на землю.

Попри значну кількість прийнятих законів й нормативно-правових актів стосовно земельних відносин, органи державного та місцевого самоврядування стикаються з суперечливістю деяких законів та нормативно-правових актів, яка робить їх реалізацію складною.

До того ж, напрацювання й положення щодо реформування земельних відносин, перерозподілу землі та надання й закріплення її у власність та використання, потребує значних робіт із землеустрою та технічної сфери консолідації та оформлення прав власності на землю, які залежать від фінансування.

Слід звернути увагу й на те, що законодавчі ініціативи щодо земельних відносин охоплюють резидентність, галузі економіки та соціальну сферу, які характеризуються власними відмінностями.

Досліджувані нами методологічні та аналітичні матеріали визначають певні шляхи реалізації основних пріоритетів державної аграрної політики, зокрема розвиток земельних відносин, а саме, тотальна персоніфікація власників та користувачів землі (особливо ділянок сільськогосподарського призначення); удосконалення (особливо посилення інформаційної безпеки) державної системи реєстрації прав власності на землю та розташоване на ній нерухоме майно; перегляд та осучаснення методики оцінки земель сільськогосподарського призначення; створення земельного банку та інфраструктури ринку землі; фінансування державних програм щодо ефективного використання та охорони земель та їх впровадження.

Узагальнення теоретичних, методологічних й аналітичних напрацювань у сфері державного регулювання земельних відносин показало, що земельні відносини потребують цілеспрямованої координації саме оновлення та впровадження дієвих правових механізмів відповідно до форм власності на землю та способам її використання у галузях економіки.

Література:

1. Чепеленко А.М. Экологическая безопасность и экологические реформы в Украине / А. М. Чепеленко // GISAP. Earth and space sciences. - 2014. - № 4. - С. 28-30. - Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>

2. Central Intelligence Agency (CIA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2147.html> – Назва з екрану.

ЄРШОВА О.О.,

аспірантка Харківського національного технічного університету
сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ю.П. Вітковський

КООПЕРАЦІЯ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ ТА США)

На сьогодні Україна володіє найбільш родючими чорноземами у світі та має потужний аграрний потенціал. Ми зайняли третє місце серед головних постачальників агропродовольчої продукції в Європейський Союз [1]. Проте позиції вітчизняних сільгоспвиробників на внутрішніх та зовнішніх ринках не є стабільними, оскільки мають місце низькі темпи техніко-технологічного оновлення сільськогосподарського виробництва, застаріле або недосконале законодавство в аграрному секторі, неадаптованість до вимог європейської спільноти з приводу якості та безпечності харчових продуктів, превалювання експорту сировини над експортом готової продукції, а також обмеженість доступу дрібних та середніх товаровиробників агропродукції до фінансових ресурсів. Отже, сільське господарство (с/г) потребує якісних рушійних змін, вектором яких може і повинна стати саме *ідея кооперації*, яка за кордоном вже давно ефективно втілена в життя за рахунок створення впливових суб'єктів аграрних відносин – кооперативів.

Кооператив є юридичною особою, що утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування [2]. Якщо говорити про с/г кооператив, то за своєю суттю він являється відкритим добровільним демократичним об'єднанням індивідуальних с/г виробників заради спільної організації самого виробництва, заготівлі, переробки чи збуту продукції з метою чи без мети отримання прибутку.

Створення і функціонування аграрних кооперативів дає змогу:

- забезпечити вихід невеликих с/г господарств на організований та ефективний ринок реалізації вирощеної ними продукції, відтак покращує добробут селян;

- конкурувати з великими підприємствами, особливо в ціновій політиці;
- отримати захист від монопольних лідируючих структур [3, с. 1];
- спільно вирішувати виробничі й соціально-побутові проблеми, питання соціальної захищеності сільських жителів (в першу чергу членів кооперативу);
- розвивати сільську інфраструктуру та сільські громади [4, С. 4-5];
- створювати заможний «середній» прошарок населення;
- налагодити ефективну постачальницько-збутову інфраструктуру в аграрному секторі економіки та інші переваги.

Станом на початок 2019 року за даними Мінагрополітики в Україні зареєстровано 1286 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів(СОК) [5]. Їх число з кожним роком збільшується, проте темпи росту значно повільні, оскільки є чимало невирішених проблем, що гальмують їх розвиток. Серед них: недосконалість чинного законодавства: неоднозначне трактування статусу неприбутковості для СОК з точки зору податкової інспекції через розбіжність у нормах Податкового кодексу України та нормах законів «Про сільськогосподарську кооперацію», розпорошеність та неузгодженість нормативно-правових актів; неналежна державна підтримка: відсутність потужних системних програм розвитку кооперації з виділенням достатнього фінансового супроводу; недостатне або відсутнє інформаційно-організаційне та технічне забезпечення сільського населення з приводу впровадження кооперативної ідеї, її популяризації; переважно функціональний підхід в управлінні кооперативами; нерозуміння, а відтак відсутність чітко прописаних бізнес-процесів в кооперативі; відсутність фахівців кооперативного спрямування, низький рівень освітньої підтримки і підготовки подібних спеціалістів та інші.

Для прикладу, однією з успішних країн, де ідея кооперації ефективно втілена в життя є наш торговий партнер США.

Успіх та діяльність с/г кооперативів США базується на: послідовному та невинному дотриманні кооперативних принципів (добровільне та відкрите членство; демократичний контроль членів; економічна участь членів; самостійність і незалежність; освіта, навчання та інформація; співпраця між кооперативами; турбота про громаду [6]), оптимальному виборі необхідного типу с/г кооперативу (постачальницькі, маркетингові, обслуговуючі [7]), підпорядкуванні правовому полю, в якому вони функціонують (базисом є the Capper Volstead Act (1922), the Internal Revenue Code (Subchapter T), The Cooperative Marketing Act (1926) [8]), а також адекватній моделі утворення, фінансування та управління ними (учасники кооперативу і є його власниками-інвесторами, демократичний контроль за управлінням всіма членами кооперативу, економічні вигоди надаються та розподіляються його користувачам на основі їх участі у справах кооперативу [7]).

На сьогодні у США функціонує 29 000 кооперативів в кожному секторі економіки США. Серед них більше 3000 кооперативів – сільськогосподарські з 2,8 млн. членів кооперативів та чистим обсягом бізнесу понад 96 мільярдів доларів [7, 9]; молочні кооперативи покривають більше 80% молочного виробництва США; сільськогосподарські кооперативи забезпечили робочими місцями понад 190 тисяч найманих працівників [10]. Серед успішних с/г кооперативів такі як CHS Inc., Dairy Farmers of America, Land O'Lakes Inc., GROWMARK Inc., Ag Processing Inc., California Dairies Inc., Ocean Spray Cranberries Inc., Blue Diamond Growers та інші.

Підводячи підсумки, вважаємо, що позитивний досвід функціонування та управління кооперативами в США може бути адаптований до українських кооперативних організацій. Проте перш ніж впроваджувати позитивні аспекти управління кооперативами США в Україні, нам необхідно вирішити ряд питань не лише загального макроекономічного характеру (законодавчі зміни, державна політика та підтримка в сфері кооперації), а й сформувати адекватне управління кооперативами на рівні самого кооперативу (мікрорівень) з обов'язковим переходом до процесного менеджменту.

Література:

1. Украина заняла третье место в списке главных поставщиков агропродовольствия в ЕС [Електронний ресурс], 2019. – Режим доступу: <http://www.ukragroconsult.com/news/ukraina-zanyala-tret-e-mesto-v-spiske-glavnih-postavschikov-agroprodovol-stviya-v-es>.
2. Про кооперацію : Закон України від 10.07.03 р. № 1087-IV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-15>.
3. Музу Н.Ю. Современные актуальные проблемы и тенденции развития сельскохозяйственной кооперации [Электронный ресурс] / Н. Ю. Музу // Новые технологии – № 2. – 2011. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennye-aktualnye-problemy-i-tendentsii-razvitiya-selskohozyayst-vennoy-kooperatsii>.
4. Грищенко М.П. Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи: створення і діяльність / За заг. ред. М. П. Грищенко. – К. : Київська обласна аграрна дорадча служба, 2005. – 68с.

5. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]: офіційний портал. – Режим доступу: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/fermerstvo-ta-kooperaciya/krashchi-praktiki-diyalnosti-malih-subyektiv-gospodaryuvannya>.

6. *Co-operative Identity, Principles and Values*. (n.d.). *aciamericas.coop*. Retrieved from: <http://www.aciamericas.coop/Co-operative-Identity-Principles-and-Values>.

7. Tortia, E. & Valentinov, V. & Iliopoulos, C. (2013). *What is a Cooperative? Agricultural Cooperatives*. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*. Retrieved from: http://sfp.ucdavis.edu/cooperatives/what_is/.

8. Mercier, S. (2017). *Agricultural Cooperatives Around the World*. *agweb.com*. Retrieved from: <https://www.agweb.com/blog/straight-from-dc-agricultural-perspectives/agricultural-cooperatives-around-the-world>.

9. *Facts about Cooperatives*. (n.d.). *iwdc.coop*. Retrieved from: <https://www.iwdc.coop/why-a-coop/facts-about-cooperatives-1>.

10. *Agricultural Co-ops Overview*. (n.d.). *cooperativesforabetterworld.coop*. Retrieved from: <https://cooperativesforabetterworld.coop/learn-about-co-ops/types-of-cooperative-businesses/agricultural-co-ops/>.

ЗЕЛЕНКО О.М.,

асистент кафедри менеджменту
Луцького національного технічного університету

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИТРАТ ЗАГОТІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Цільова функція заготівельної діяльності формується таким чином, щоб мінімізувати витрати у процесі її ведення, підтримуючи на належному рівні якість.

Самостійна заготівельна діяльність дрібних сільськогосподарських виробників часто відволікає їх від виконання основних виробничих функцій. Малі форми господарювання на селі є часто обмеженими в можливості доступу до деяких об'єктів інфраструктури, зокрема щодо зберігання, переробки і збуту сільськогосподарської продукції, що призводить до значних обсягів її втрат.

Монопольні структури у сфері обігу на продовольчому ринку ускладнюють реалізацію сільськогосподарської продукції малих підприємств, загострюється конкурентна боротьба, в результаті чого, як правило, програють дрібні сільгоспвиробники.

Розв'язанню багатьох проблем заготівлі сільськогосподарської продукції дрібними підприємствами сприятиме посилення ролі об'єднань на основі кооперації процесів постачання, направивши її діяльність на формування відповідної інфраструктури та об'єднання зусиль на найбільш проблемних ділянках заготівельної діяльності сільськогосподарських підприємств. Для цього необхідні науково обґрунтовані рекомендації та концептуальні моделі [1].

Попри загалом велику кількість сільськогосподарських кооперативів, важливо відмітити відсутність законодавчої бази для розвитку кооперації в Україні. Сьогодні немає чіткого податкового регулювання діяльності сільськогосподарського кооперативу і не прописаний статус сільгоспвиробника в об'єднанні.

Вважаємо, що сьогодні важливою є активізація розвитку взаємодії у заготівельній сфері АПК на засадах кооперації між малими формами господарювання для забезпечення сировинною продукцією та якісного надання комплексних послуг щодо підготовки до виробництва та виготовлення сільськогосподарської продукції, що буде вигідним для усіх партнерів за рахунок формування передумов для зниження цін, більших обсягів чистого прибутку, збільшення товарообігу та економії ресурсів, а також покращення соціального становища у сільській місцевості.

Розширення можливостей управління малих сільськогосподарських підприємств, зокрема фермерських господарств потребує розробки стратегій і підвищення навиків в управлінській діяльності серед керівників для підвищення ступеня прийняття правильних рішень у раціональному використанні ресурсів і посилення їх взаємозв'язків з ринками.

Управління сільськогосподарськими процесами, зокрема на етапі заготівельної діяльності, крізь призму вискоєфективного менеджменту та маркетингу, є особливо актуальним в період сучасних тенденцій розвитку інформаційних технологій та відзначається конкретним напрямом спеціалізації. Фахівець з управління сільськогосподарськими процесами відіграє ключову роль у системі розширення, як аналітик, планувальник, тренер і фасилітатор. Для цього управлінським фахівцям необхідно володіти спеціалізованими знаннями у сфері управління фермерськими господарствами та

широким спектром відповідних засобів та методів, що допоможуть у реалізації основних напрямів функціоналу фахівців з управління заготівельною діяльністю.

Пропонуємо поширення ініціативи щодо активізації об'єднань мікро і малих підприємств на засадах кооперації для централізованого зосередження низки функцій, особливо у сфері заготівельної діяльності відносно найбільших видів витрат. Формування таких об'єднань є можливим за територіальною ознакою, зокрема одним із дієвих критеріїв об'єднання може стати результатний показник кластерного аналізу, який буде проведено на основі вдало підібраних параметрів функціонування сільськогосподарських підприємств району, чи декількох районів області. Низка конкретних переваг таких об'єднань на основі синергетичного ефекту проявиться у різних аспектах соціально-економічного розвитку сільських територій. Вони повинні характеризуватися конкретним координаційним центром, без втрати автономності підприємств.

Можливість об'єднання підприємств аграрного сектора на базі кластеру заготівель забезпечить синергетичний ефект від їх ефективної взаємодії, що проявиться у вигляді мінімізації витрат сільськогосподарських виробників а також забезпеченні конкурентоспроможності їх продукції, поширенні принципів логістичного управління, нарощенні обсягів продажів аграрної продукції, ефективнішого використання природних ресурсів та відходів, поліпшення екологічної ситуації в регіонах.

Література:

1. Жуков А.С. *Заготовительная деятельность потребительской кооперации на селе. Научный журнал: Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. 2013. – [Электронный ресурс]. – режим доступа: <http://naukarus.com>*

Кирилюк В.В.,

к.е.н., старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА РІЗНИХ РІВНЯХ АНАЛІЗУ

Термін «соціальний капітал» вперше був застосований американським дослідником Л.Дж. Ганіфаном у 1920 році в дискусії з приводу громадських центрів у сільських школах для позначення «субстанцій, важливих у щоденному житті людей». Такими «субстанціями», згідно його тверджень, були солідарність і соціальні зв'язки між тими, хто утворює соціальну групу [2, с. 1].

Дж.Коулман використовує поняття соціального капіталу для аналізу відносин всередині групи людей, об'єднаних спільністю норм, цінностей, світогляду, а також взаємними зобов'язаннями і очікуваннями. [1, с. 91].

Сутність соціального капіталу можливо краще ідентифікувати за умови розгляду його на різних рівнях аналізу. На особистісному рівні соціальний капітал можна розглядати як здатність індивіда цілеспрямовано використовувати доступні через членство у певній групі або мережі реальні чи потенційні ресурси та/або отримувати певні переваги. Носіями соціального капіталу у цьому випадку виступає родина, друзі, а мережею – особисті зв'язки через участь у неформальних групах та об'єднаннях.

Індивіди, що вдало використовують соціальний капітал, одержують кращі робочі місця, кращий компенсаційний пакет, швидше просування, тобто ефективніше використовують свій людський та інтелектуальний капітал порівняно з тими, хто не здатний або не схильний підключати силу соціального капіталу. Так, значна частина людей знаходять роботу через персональні контакти. Вони одержують кращі робочі місця, ніж ті, що доступні через формальні канали; і вони залишаються на цих робочих місцях довше [3, с. 37].

На рівні підприємства (організації) соціальним капіталом є нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному та організаційно інституціональному рівні та чинить синергетичний вплив на результати її діяльності завдяки здатності мобілізувати ресурси чи знижувати витрати. В цьому випадку мережами-носіями соціального капіталу є: заклади освіти та професійної підготовки; підприємства; установи; громадські організації; політичні партії та інші формальні організації і об'єднання.

Соціальний капітал організації може розглядатися як неформальні відносини між працівниками і колективами з приводу перетворення соціального потенціалу на трудовий потенціал працівників, який, у свою чергу, реалізується в людський капітал, забезпечуючи збільшення доданої вартості. Характер соціальної мережі залежить від учасників соціальних контактів (працівників), їх активності, стилю управління, корпоративної культури тощо. Соціальний капітал опосередковано впливає на економічну ефективність праці завдяки збільшенню трудового потенціалу, що, в свою чергу, може забезпечити конкурентні переваги і збільшити прибуток організації за рахунок соціальної активності [4, с. 469].

При розгляді кількості і якості соціальних зв'язків членів організації звичайно беруть до уваги зв'язки, що виходять за її межі. Це обумовлене тим фактом, що кожна організація зацікавлена у своєму самозбереженні, яке забезпечується залученням усіх доступних ресурсів. Однак, використання соціальних мереж для одержання додаткових ресурсів усередині організації може привести до певного розбалансування її внутрішньої структури.

На макрорівні соціальний капітал відображається у такому трактуванні – сукупність норм, традицій, цінностей та довіри, що, через систему специфічних структурних форм (соціальних мереж) та інституцій визначає характер суспільної взаємодії [3, с. 36].

Соціальний капітал – унікальна міждисциплінарна категорія, яка є об'єктом дослідження соціології, економіки, психології, філософії та заснована на приналежності індивіда до певної соціальної групи, соціальній згуртованості та довірі. Група, всередині якої існує повне порозуміння, розділяє певні цінності, є соціально згуртованою, взаємно толерантною, здатна діяти більш ефективно і досягати поставлених цілей в коротші строки та з вищою якістю.

Література:

1. Coleman, James S. *Social Capital in the Creation of Human Capital. The American Journal of Sociology. 1988, Vol. 94. P. 95-120*
2. Hanifan L.J. *The Community Center. Boston, 1920. 588 p.*
3. Грішнова О. А. *Людський, інтелектуальний і соціальний капітал України: сутність, взаємозв'язок, оцінка, напрями розвитку. Соціально-трудова відносина: теорія та практика. 2014. № 1. С. 34-40*
4. Мазіна Н.С. *Соціальний капітал організації: структура, аналіз, підходи до виміру. Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: збірник наукових праць ДонДУУ. Том XV. Серія «Спеціальні та галузеві соціології». 2014, № 281. С. 462-473*

КЛИМЧУК О.,

д.е.н, доцент, доцент кафедри адміністративного менеджменту та альтернативних джерел енергії
Вінницького національного аграрного університету

ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ РИНКУ БІОПАЛИВ У КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Сучасні процеси глобалізації світової економіки не залишають осторонь практично жодну з країн нашої планети, а тому формування і функціонування національних ринків, у тому числі енергетичного, так чи інакше відбувається у тісному взаємозв'язку з розвитком продуктивних сил і суспільних відносин держави. Економічно розвинуті країни світу відкривають свої енергетичні сектори для встановлення міжнародної конкуренції та мають тісно співпрацювати із країнами третього світу в галузі становлення та розвитку відновлюваних джерел енергії, зокрема біопаливної індустрії, для задоволення енергетичних потреб цих країн, враховуючи екологічні вимоги.

В 2018 р. Україна посіла 83 місце зі 140 в рейтингу глобальної конкурентоспроможності економіки, маючи слабо розвинені інститути, вкрай нестійкі фінансову систему і макроекономічні показники. Згідно з рейтингом, за рівнем державних інститутів Україна знаходиться на 110 місці, за інфраструктурою – на 57 місці, за рівнем адаптації технологій – 77 місце [1]. У вітчизняних підприємств існують такі проблеми у сфері визначення та становлення власної конкурентоспроможності: політична й економічна криза, інфляція, низький рівень інформаційного забезпечення, відсутність чітких цілей і завдань оцінювання, інтуїтивний характер проведення оцінки [2].

Одним із головних чинників наявності зазначених проблем є те, що у світовому масштабі Україна має найбільш енергетично затратну промисловість, відтак конкурентоздатність вітчизняної

продукції безпосередньо залежить від цін на традиційні енергоносії, вартість яких постійно зростає. Наразі наша держава відзначається нераціональною структурою використання енергетичних ресурсів, тому досить актуальною в теоретичному й практичному плані є проблема підвищення ефективності управління в споживанні енергії і зменшенні показників енергомісткості виробленої продукції [3].

В Україні існують реальні умови для біопаливного виробництва, де основною рушійною силою в розвитку ринку біопалив має бути держава. Біопалива розглядаються в Україні як вагома альтернатива традиційним паливам, тому що виробництво перших у найближчі роки буде мати високий рівень рентабельності. Виготовлення готового продукту для споживання є більш економічно вигіднішим, ніж масове експортування сировини [4].

Нині систему ринку біопалив потрібно розглядати як структурований комплекс організаційно-економічних і технічних елементів, які перебувають у тісному взаємозв'язку, створюючи відповідну цілісність та єдність. На рисунку 1 схематично наведено сутність ринку біопалив, розкрито взаємодію системоутворюючих елементів виробника й споживача біоенергетичних продуктів через платоспроможний попит населення та пропозицію, ринкову інфраструктуру, операторів і канали надходження товарів, спроможних задовольнити цей попит. Попит має органічно поєднуватися з факторами, що його формують: ефективним використанням виробничих ресурсів, платоспроможністю споживача й оптимальною науково обґрунтованою ціною.

Ринок біопалив в Україні потрібно формувати на основі органічного поєднання державного регулювання й ринкових механізмів саморегулювання економічної системи (дотримання принципів вільної конкуренції, лібералізація цінової політики на енергоносії тощо). Розбудова регульованого ринку біопалив повинна базуватись на упереджувальних рішеннях у системі формування цінової політики, які не протидіють вільній конкуренції [5].

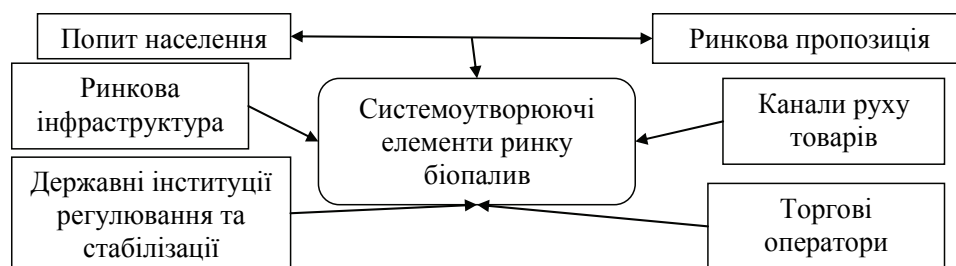


Рис. 1. Основні структурні елементи системи ринку біопалив

Джерело: сформовано автором

Таким чином розвиток ринку біопалив буде сприяти економіко-енергетичній безпеці України, відтворенню родючості сільськогосподарських угідь (при виробництві біогазу отримують високоякісні органічні добрива), ефективному використанню орних земель (розробка науково обґрунтованих енергетичних сівозмін), інтенсивний розвиток тваринницької галузі (отримання значної кількості високобілкових кормів і дешевої біологічної енергії).

Література:

1. Україна піднялася у рейтингу глобальної конкурентоспроможності. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/10/17/641667/> (дата звернення 05.10.2019).
2. Савінова Ю.М. Конкурентоспроможність підприємств та чинники, що її обумовлюють. Вісник Української академії банківської справи. 2003. № 1 (14). С. 94-97.
3. Климчук О.В. Концептуальні принципи розробки та регулювання енергетичної політики України на конкурентоспроможному рівні. Бізнес Інформ. 2016. № 2. С. 83-87.
4. Климчук О.В. Передумови формування національного біопаливного виробництва. Економіка в контексті інноваційного розвитку: стан та перспективи: Міжн. наук.-практ. конф. Ужгород, 2016. С. 41-44.
5. Климчук О.В. Специфіка формування та механізми регулювання ринку біопалива. Всеукраїнський науково-виробничий журнал "Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики". 2015. Випуск № 2. С. 13-21.

КОВАЛЕНКО А.Р.,студент обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету**Науковий керівник: к.е.н., доцент О.І. Мельник****Осадчий Д.С.,**студент обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету**Науковий керівник: к.е.н., доцент О.І. Мельник**

СТРАХУВАННЯ КІБЕР-РИЗИКІВ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та ІТ — інфраструктури компаній значно зростає кількість кібер-злочинів. У зв'язку з цим набувають актуальності питання щодо захисту від ризиків втрати даних, хакерських атак чи розповсюдження конфіденційної інформації. Раціональним методом мінімізації зазначених ризиків та збитків компанії є страхування.

За даними MunichRe не тільки для України, а й для всього світу захист від кібер-ризиків пропонують понад 70 компаній в різних країнах, водночас страхуванням покрито лише 6% кібер-ризиків [1]. Водночас прогнозується, що обсяги кібер-страхування у 2021 р. будуть складати понад 8-9 млрд дол, тобто більше ніж удвічі перевищуватиме рівень 2017 р.

Крім того, згідно з дослідженням страхової компанії Allianz ринок кібер-страхування зростає на 25-50% щороку. [1] Перші договори зі страхування кібер-ризиків були укладені ще у 2010 році. Проте активне зростання даного виду страхування почалося декілька років пізніше після масових зламів корпоративних і урядових ресурсів у США. Тому 95% ринку страхування кібер-ризиків припадає саме на США.

Кібер-ризик – це ризик, пов'язаний з використанням комп'ютерного обладнання та програмного забезпечення як в місцевих (локальних) мережах, так і в глобальній інтернет-мережі; у розрахунково-платіжних системах; у системах інтернет-торгівлі та в промислових системах управління. Також цей ризик, пов'язують із накопиченням, зберіганням і використанням особистих персональних даних. [2]

На сьогодні в Україні договори зі страхування кібер-ризиків є поодинокими. Страхові компанії тільки напрацьовують практичні підходи до страхування кібер-ризиків, оскільки стандартизованих страхових продуктів не існує.

Найчастіше попит компаній на таке покриття задовольняється через придбання додаткових послуг у договорах страхування майна, відповідальності. Проте покриття за кібер-ризики в таких договорах, з огляду на специфіку цих видів страхування є досить обмеженим, зокрема - покриття фінансових збитків внаслідок припинення діяльності в результаті кіберінциденту. Зазвичай договір кіберстрахування - це комплексний продукт, що включає в себе страхування майна, відповідальності та фінансових ризиків, основним страховим випадком є збитки, що виникли в результаті порушення роботи комп'ютерної мережі (або її систем безпеки) страхувальника через вторгнення третіх осіб. [3] Прикладами наслідків такого вторгнення можуть бути: надання несанкціонованого доступу до комп'ютерних систем компанії; зміна, видалення або передача електронних даних, програмного забезпечення; використання ресурсів комп'ютерної системи і т. д. У свою чергу, несанкціоноване вторгнення зазвичай передбачає використання будь-яких засобів деактивації та уникнення систем захисту комп'ютерної мережі (включаючи віруси та шкідливі програми, фішинг).

Враховуючи особливості різних кібер-ризиків, їх можна розділити на три групи:

1) збитки самого страхувальника, (наприклад, через недотримання вигоди у зв'язку з витратами на відновлення пошкодженої комп'ютерної інфраструктури, витратами на усунення недоліківу системі кібер-безпеки страхувальника тощо).

2) збитки від претензій третім особам - у цьому випадку покривається відповідальність у межах матеріального збитку, моральної шкоди, порушення прав інтелектуальної власності тощо;

3) витрати на кризовий менеджмент — випадки, у результаті яких страхова компанія відшкодовує витрати на залучення експертів з ІТ-безпеки, консультантів, юристів для усунення та мінімізації втрат внаслідок кібернетичної атаки. [3]

Отже, в сучасних умовах господарювання (страхування кібер-ризиків є раціональним способом захисту для малого, середнього та великого бізнесу. Цей вид страхування забезпечує фінансовий

механізм відновлення після великих збитків, допомагаючи підприємствам повернутися до нормального функціонування, збереження стабільності.

Література:

1. Бозен Р., Позднякова Н. *Європа объявила войну киберпреступности* // *DeutscheWelle*, 1.06.2012 // www.dw.com.

2. Братюк В.П. *Сутність кібер-злочинів та страховий захист від кібер-ризиків в Україні* / В.П. Братюк // *Актуальні проблеми економіки*. – 2015. – № 9. – С. 421-427. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2015_9_54.

3. Віннікова І.І., *Кібер-ризиків як один із видів сучасних ризиків у діяльності малого та середнього бізнесу та управління ними* // І.І. Віннікова, С.В. Марчук // *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. – Випуск 5 (16) 2018.

КРАВЕЦЬ Г.І.,

студентка магістратури

Навчально-наукового інституту публічного управління
Тернопільського національного економічного університету

Науковий керівник: к.е.н., Л.Т. Герман

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СВІТОВОГО ДОСВІДУ МОДЕРНІЗАЦІЇ МІСТ В РАМКАХ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ

Проектна діяльність формату публічно-приватного партнерства (ППП) полягає у залученні сектором державних організацій приватної сторони для забезпечення виробництва товарів чи надання послуг, які традиційно реалізуються за рахунок державного та місцевих бюджетів. Відповідно до Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), PPP передбачають укладання довгострокових контрактних домовленостей між державним та приватним секторами економіки [1, с. 1]. Відповідно до архітектури цього партнерства, приватна сторона погоджується на капітальне інвестування та подальше обслуговування об'єктів інфраструктури. Трансфер ризиків у приватний сектор представляє значну перевагу для держави у застосуванні PPP як наріжного каменю розвитку інфраструктури.

На відміну від традиційних державних закупівель, представлена вище форма партнерства знижує навантаження на державні витрати в довгостроковій перспективі. Перебирання ризиків реалізації проекту приватним сектором не лише знижує потребу в державних коштах, але й полегшує бюджетне планування. Важливо, що основоположною ідеєю PPP є залучення найбільш конкурентоздатної концепції розвитку інфраструктури. Для приватного підприємства-учасника PPP, ризики пов'язані із залученням в такі проекти охоплюють планування, будівництво, фінансування, експлуатацію та обслуговування інфраструктури, тоді як публічне управління виконує функцію регулятора, перебираючи на себе ризики політичного характеру.

Перспектива публічно-приватного партнерства претендує на пріоритетність в аспекті розвитку інфраструктури міст України. У період 2000-2014 рр. в ЄС було реалізовано 84 проекти формату PPP сумарною вартістю 29,2 млрд. євро, з яких 87% припадало на модернізацію транспортної інфраструктури [1, с. 18]. Зважаючи на стратегічну важливість транспортної системи, попит на PPP в Україні вважається високим, особливо беручи до уваги низьку якість капітальної модернізації та менеджменту транспортних мереж. Оскільки механізм PPP складається з приватного сектору, необхідно забезпечити відповідні умови для заохочення останньої конкурувати за можливість розвивати публічну інфраструктуру міст. Важливо врахувати такі аспекти світового досвіду для успішної реалізації контракту PPP:

- політична воля
- нормативно-правова база з діючими механізмами реалізації
- виправдані капіталовкладення в інфраструктурні об'єкти та нормативно визначені стандарти обслуговування

- розмір проекту повинен бути доречним та мінімізувати ризик непропорційності справлених державних закупівель;
- об'єкти інфраструктури повинні відображати чітко визначені стандарти надання послуг та функціонувати на довгострокову перспективу зважаючи на низьку гнучкість умов ППП;
- забезпечення постійної та прогнозованої віддачі від реалізації проектів для забезпечення мотиву для приватного сектора здійснювати капітальне інвестування;
- створення ефективної державної інституції для менеджменту не лише політики впровадження ППП в цілому, але й індивідуальних проектів.

Започаткування концепції ППП потребує значного людського капіталу. Світова практика пропонує створення окремого підрозділу, які здійснюватиме менеджмент політики реалізації ППП в країні [2, с 30]. В Україні, такий підрозділ може підпорядковуватися Міністерству фінансів України чи Державній казначейській службі України. Зважаючи на широку варіативність спеціалізованих знань необхідних для реалізації ППП, такий орган повинен містити спеціалістів з різних галузей (фінанси, юриспруденція, інжиніринг, планування, публічне управління тощо) з особливим акцентом на наявність досвіду роботи в державному і приватному секторах.

Література:

1. Yescombe E. R. *Public-Private Partnerships. Principles of Policy and Finance*. London: Yescombe Consulting Ltd, 2007. 350 с.

2. *Public Private Partnerships in the EU: Widespread shortcomings and limited benefits*. European Court of Auditors. 2018. URL: https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/SR18_09/SR_PPP_EN.pdf.

КРИМЦЕВА Т.І.

аспірантка кафедри економіки та міжнародних економічних відносин
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., проф. Ю.В. Ушкаренко

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПРОДОВОЛЬЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НА РІВНІ РЕГІОНІВ

Продовольчий ринок регіону, виступаючи важливим невід'ємним елементом сучасної ринкової економіки, є розвиненою формою організації процесу товарного обігу сільськогосподарської продукції і продовольства. Він об'єднує виробництво, збут і споживання продуктів харчування з певною ієрархією, і є важливим індикатором економічного життя країни, забезпечуючи продовольчу безпеку.

Національний продовольчий ринок України є неоднорідним за своєю структурою, тому кожному регіону притаманні власні умови його функціонування, що залежать від ресурсного та виробничого потенціалу, особливостей інвестиційного і матеріально-технічного забезпечення, рівня правової захищеності, специфіки відносин власності, внутрішньої бюджетно-фінансової політики, особливостей розвитку ринкової інфраструктури.

З метою підвищення ефективності функціонування продовольчого ринку регіону та налагодження стабільних зв'язків між товаровиробниками і споживачами пріоритетним напрямом слід вважати створення мережі міжрегіональних гуртових продовольчих ринків, що сприятиме ефективному просуванню продуктів харчування до кінцевого споживача [2]. Важливим чинником ефективного розвитку продовольчого ринку регіону є насичення його товарами національного виробництва, що зменшить залежність від імпорту. Основними етапами трансформації регіонального устрою з метою формування продовольчої безпеки України на регіональному рівні є: визначення основних напрямків розвитку регіонів, виділення короткострокових цілей розвитку, розробка та реалізація стратегій розвитку і корекція майбутньої стратегії [2]. Для цього насамперед слід сформувати виробничо-економічний потенціал регіонів та визначити перспективи їх розвитку в умовах сталого розвитку аграрного сектора економіки, встановити сприятливий фінансовий, економічний і соціальний клімат в умовах трансформації форм власності, розглянути стан та впровадження ефективних систем функціонування господарських систем для існуючої структури виробництва з метою підвищення якості та конкурентоспроможності продукції аграрного сектора.

Забезпечення ефективного функціонування системи продовольчої безпеки регіону безпосередньо залежить від:

- стійкості підсистеми забезпечення;
- структурних змін в агропромисловому виробництві;
- інвестиційної політики;
- організації банківського обслуговування;
- створення товарних запасів матеріально-технічних засобів;
- науково-інформаційного забезпечення [1].

Продовольча безпека регіону може бути забезпечена при виконання наступних вимог:

- населення забезпечене якісними і безпечними для здоров'я продуктами харчування, виготовлених за спеціальними нормами і стандартами, відповідно до раціону, статті, віку, умов праці, природно-кліматичних умов та національних традицій;

- створені продовольчі фонди на випадок голоду, стихійних лих, війн та інших надзвичайних обставин;

- ціни на продукти харчування доступні всім верствам населення, незалежно від професії, віку, складу сім'ї;

- освіта та наука знаходяться на рівні вищих світових технічних досягнень. Виробництво забезпечено новітніми технологіями. Висока автоматизованість виробництва. Наука прогнозує та дає рекомендації по розвитку всіх сфер життя та діяльності суспільства на перспективу за інтелектуальною схемою управління;

- водний та земельний промисел впевнено розвиваються і мають резерви ресурсів, що дозволяють нарощувати виробництво продовольства для оновлення і поповнення страхових запасів на випадок надання допомоги іншим країнам, де трапилось стихійне лихо чи війна[3].

Існуюча структурна жорсткість формування продовольчої безпеки України на регіональному рівні зумовлена тим, що державна політика поки що не базується на ринкових критеріях, а існуюча система її реалізації не відповідає змінам, що проходять у суспільстві, а тим більше економіці, що трансформується. Цей процес потребує досить виваженого системного аналізу поточних процесів і моделювання їх розвитку на перспективу.

Таким чином, вважаємо що для забезпечення продовольчої безпеки регіонів необхідно розробити стратегію розвитку, яка б ґрунтувалася на співвідношенні інтересів державної та регіональної політики та досягненні державної, регіональної та корпоративної мети.

Література:

1. Андрійчук В.Г. Оцінка макро- і мікропараметрів економіки в контексті продовольчої безпеки України / В.Г. Андрійчук // Економіка. – АПК. – 2011- №5-С. 61-65.
2. Березін О.В. Проблеми формування продовольчого ринку України: монографія / О.В. Березін. К.: Вища школа. – 2012. – 211 с.
3. Суперсон В.І. Методичні складові системного аналізу продовольчої безпеки регіонів / В.І. Суперсон // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент» – 2002. – №3. – С. 114–123.

ЛАТКІНА С.А.,

старший викладач кафедри економіки,
підприємництва та економічної безпеки

Херсонського національного технічного університету

КАМІНЧУК В.Б.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки,
бізнес-аналітики та підприємництва

Херсонського національного технічного університету

СУЧАСНИЙ СТАН МОЛОКОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Стратегія сучасного соціально-економічного розвитку України передбачає нарощування агропромислового потенціалу країни. Молочна галузь, яка складається з маслоробної, сироробної, молочноконсервної підгалузі, а включає виробництво продукції з незбираного молока, на нині є однією із провідних в структурі харчової індустрії України. Молочна продукція є одним із основних продуктів харчування та супутнім компонентом при виробництві різноманітних товарів харчової промисловості.

Ринок молочної продукції нині має негативну тенденцію до скорочення виробництва та підвищення цін, що потребує негайного розгляду оптимальних стратегій розвитку та покращення цінової політики.

Молочна промисловість є провідною галуззю господарської діяльності, яка задовольняє попит населення продуктами харчування. Необхідний обсяг споживання значно перевищує фактичне виробництво молока в Україні, що негативно позначається на якості харчування населення України. Зростання обсягів виробництва молока може стримуватися низькою рентабельністю тваринництва, а також неспроможністю більшості людей купити необхідну кількість продукції через високу її ціну.

Перспективи розвитку молочної галузі завжди є надзвичайно актуальними, так як молочні продукти є особливо цінними і незамінними продуктами харчування будь-якої людини. Молочні продукти споживають близько 97% дорослого населення, а також вони займають перше місце серед інших продуктів харчування за обсягами виробництва та реалізації.

Виробництвом молочних продуктів займається більше 300 підприємств України, серед яких значну частку займають підприємства Херсонської області – південного аграрного регіону України.

З 2014 року починає поступово скорочуватися виробництво молока і молочної продукції, головним завданням переробних підприємств стає впровадження системи якості, сертифікованої за міжнародними стандартами. Сьогодні систему управління якістю відповідно до вимог ДСТУ ISO серії 9001:2009 впроваджено на ПАТ «Новокаховський завод плавлених сирів», ВАТ «Чаплинський маслосирзавод», ТОВ «Данон Дніпро», ПАТ «Каланчацький маслозавод», ПАТ «Новотроїцький маслосирзавод»[3].

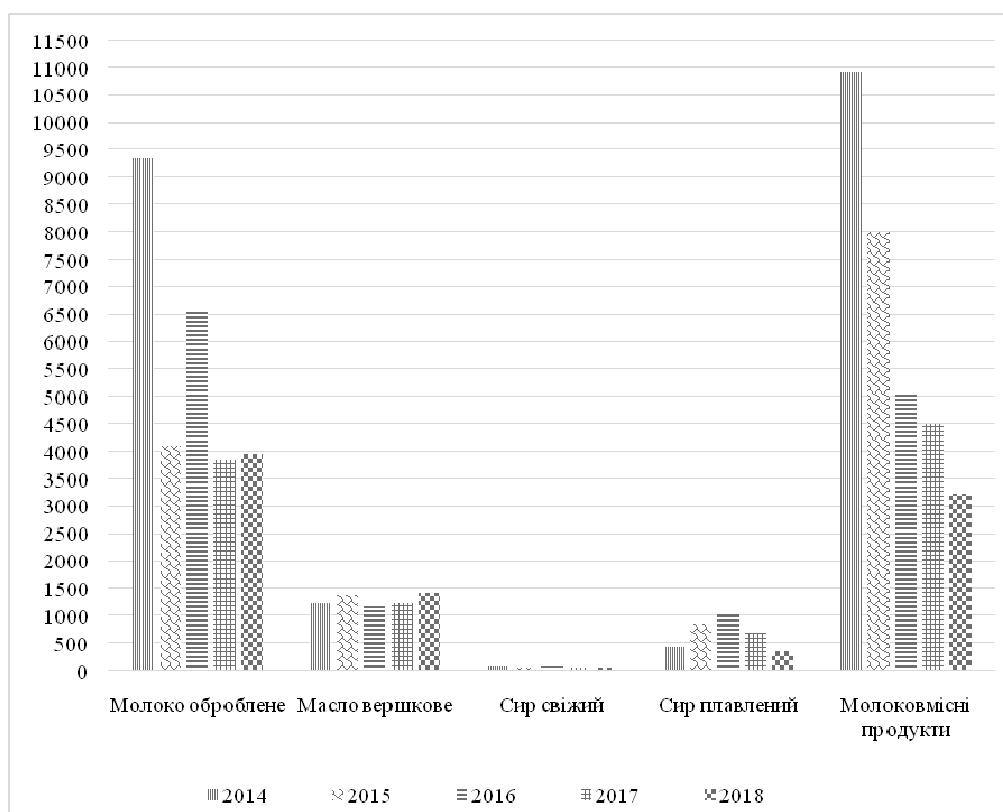


Рис.1. Виробництво молочної продукції в Херсонській області

Слід зазначити, що більшість підприємств Південного регіону потребують перегляду цінової політики та програми розвитку підприємства загалом. Сформувавши оптимальну асортиментну групу та організувавши безперебійне та ефективне виробництво, при цьому збільшивши обсяги реалізації, підприємства також можуть збільшити свої прибутки. Для цього слід ретельніше дослідити цільову аудиторію та визнати продукцію, на яку найбільший попит, після чого приділити увагу удосконаленню якості та виробництва товару.

Література:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.05.2019).
2. Головне управління статистики в Херсонській області URL: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.05.2019).

3. Дроздова В.А., Векшина А.П. Розвиток молокопереробної галузі: сьогодення та перспективи. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2018. Випуск 22, частина 1. С.1-5.

4. Відомості Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку URL: <https://test.smida.gov.ua> (дата звернення: 15.05.2019).

МЕДВІДЬ М.В.,

студентка 4 курсу економічного факультету
Запорізького національного університету

Науковий керівник: к.е.н, доцент О.Р. Саєнко

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ВІД БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Питання соціального захисту населення від безробіття, що ґрунтується на принципах соціального страхування є важливим та актуальним для вирішення багатьох економічних проблем з якими зіткнулася Україна в період економічної та політичної кризи.

Дослідженнями даної проблематики займалися такі вітчизняні науковці як С. Бандур, О. Губар, О. Купрій, Л. Лісогор, Ю. Павленко, Т. Петрова, В. Петюх, В. Яценко тощо. Найчастіше рівень зайнятості в національній економіці характеризується за допомогою показника рівня безробіття.

Загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття – це система прав, обов'язків і гарантій, яка передбачає матеріальне забезпечення на випадок безробіття з незалежних від застрахованих осіб обставин та надання соціальних послуг за рахунок коштів Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття. Відповідно до чинного законодавства до видів матеріального забезпечення відноситься допомога по безробіттю (середній розмір якої станом на жовтень 2016 року склав 1884 грн. [1]), одноразова виплата для організації безробітним підприємницької діяльності; допомога на поховання у разі смерті безробітного або особи, яка перебувала на його утриманні (в розмірі одного прожиткового мінімуму) [2].

Видами соціальних послуг, які надаються Фондом, є :

– професійна підготовка або перепідготовка, підвищення кваліфікації, профорієнтація, пошук підходящої роботи та сприяння у працевлаштуванні;

– надання роботодавцям, які працевлаштовують громадян, компенсації відповідно до статті 26 Закону України «Про зайнятість населення» [3];

– надання роботодавцям - суб'єктам малого підприємництва, які працевлаштовують безробітних, компенсації відповідно до статті 27 Закону України «Про зайнятість населення» [3];

– надання ваучера для підтримання конкурентоспроможності деяких категорій громадян шляхом перепідготовки, спеціалізації, підвищення кваліфікації за професіями та спеціальностями для пріоритетних видів економічної діяльності відповідно до статті 30 Закону України «Про зайнятість населення» [3];

– здійснення заходів сприяння зайнятості внутрішньо переміщених осіб відповідно до статті 24-1 Закону України «Про зайнятість населення» [3];

– інформаційні та консультаційні послуги, пов'язані з працевлаштуванням [2].

Нажаль, більшість із методів стимулювання зайнятості, які спрямовані на збільшення попиту на працю, через стимулювання роботодавця до офіційного працевлаштування найманих робітників в Україні майже не діють.

Так, станом на 1.07.2016 року в базі Державної служби зайнятості нараховувалось лише 40,8тис. вакансій, що на 6,3% менше ніж за аналогічний період минулого року [4], і тенденція до скорочення залишається. В цілому ситуація, що склалася в Україні на ринку праці характеризується вкрай негативними явищами. Головним чином це зростання масштабів безробіття, розвиток вимушеної неповної та неформальної зайнятості, нелегальної трудової міграції тощо.

Незважаючи на те, що за даними Державного комітету статистики, в Україні спостерігається поступове зниження рівня безробіття з 9,7% в 2014 році, 9,5% в 2015 році, і за даними на перше півріччя 2016 року - 9,4% (що становить близько 1,7 млн. осіб) [1], ці показники досить критично сприймаються як науковцями так і державними службовцями. Так, на брифінгу в Києві в 2015 р. голова правління Фонду загальнообов'язкового державного страхування на випадок безробіття С.Кондрюк заявив, що

кількість українців, які не мають постійної роботи, або є прихованими безробітними становить близько 5 млн осіб [5].

Така невідповідність між офіційними даними та реальною ситуацією, що склалася на ринку праці України, унеможливорює формування ефективної політики соціального захисту населення. Отже, ситуація, що склалася в Україні щодо соціального захисту населення від безробіття потребує подальшого вивчення та реформування. Це стосується як методики підрахунку реального рівня безробіття, так і вдосконалення всієї системи соціального захисту.

Література:

1. Державна служба статистики України [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Державна служба зайнятості [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua/statdatacatalog/document?>

3. Закон України Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття. Верховна Рада України. Закон від 02.03.2000 No 1533-III [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1533-14>

4. Закон України Про зайнятість населення. Верховна Рада України. Закон від 05.07.2012 No 5067-VI [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5067-17>

5. Прихованих безробітних в Україні не менше 5 мільйонів - голова Соцстраху [електронний ресурс] // УНІАН - 09 квітня 2015. – Режим доступу: <http://economics.unian.ua/soc/1065600-prihovanih-bezrobitnih-v-ukrajini-nemenshe-5-milyoniv-golova-sotsstrahu.html>

ОЗЕРАНЬСКА С.С.,

студентка 3 курсу обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету

Науковий керівник: асистент К. А. Мікуляк

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Аграрний сектор України з його базовою складовою, сільським господарством, є системоутворюючим в національній економіці, формує засади збереження суверенності держави – продовольчу та у визначених межах економічну, екологічну та енергетичну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки та формує соціально-економічні основи розвитку сільських територій [2].

Дослідженню розвитку аграрного сектора у ринковому середовищі приділяють увагу науковці, до числа яких належать: Воробйов Є. [1], Зінчук Т., Петренко А., Давидович А. [3] та ін.

За оперативними даними в Україні у 2017 р. обсяг зовнішньоекономічної торгівлі аграрною продукцією склав 22,2 млрд дол. США, що перевищує показник попереднього року на 14%. При цьому, обсяги імпорту збільшилися на 10% до 4,3 млрд дол. США, експорту – на 15%, до 17,9 млрд дол. США, або перевищили імпорт у 4 рази.

До трійки лідерів українського аграрного експорту у 2017 р. увійшли: олія соняшникова (24%), кукурудза (17%) та пшениця (15%). До них також належать соєві боби (6%), насіння ріпаку (5%), тверді відходи від вилучення рослинних олій (макуха, шрот – 4,5%), ячмінь (4%), м'ясо та субпродукти птиці (2%), цукор та тютюнові вироби (1,6%). Загалом питома вага експорту становить 81% від загальної вартості українського експорту за 2016 р. [3].

Окрім стабільного забезпечення населення країни якісним, безпечним, доступним продовольством, аграрний сектор України безперечно спроможний на вагомий внесок у вирішення світової проблеми голоду.

Подальше входження до світового економічного простору, посилення процесів глобалізації, лібералізації торгівлі вимагають адаптації до нових та постійно змінних умов, а відповідно – подальшого удосконалення аграрної політики.

Український аграрний сектор з потенціалом виробництва, що значно перевищує потреби внутрішнього ринку, є ланкою, що з одного боку може стати локомотивом розвитку національної економіки та її ефективною інтеграції в світовий економічний простір, а з іншого – зростання доходів, задіяних в аграрній економіці сільського населення, що складає понад третину всього населення країни, дати мультиплікативний ефект у розвитку інших галузей національної економіки [2].

Останнім часом, аграрний сектор позиціонується у якості «локомотиву» національної економіки та бюджетотворюючої галузі. Більше трьох мільйонів людей сьогодні працюють в аграрному секторі і більше 40% валютної виручки сьогодні надходить за результатами діяльності аграрного сектора. Україна займає лідируючі позиції у світі як країна-експортер аграрної продукції.

Незважаючи на нестабільність політичної та фінансово-економічної ситуації в країні, сільське господарство продовжує нарощувати свій потенціал та демонструвати місце на світовому ринку у якості серйозного гравця та стабільного експортера.

Але існують і проблеми. Фермерські господарства ведуть переважно дрібнотоварне виробництво. Більшість цих агроутворень займаються виробництвом рослинної продукції та спеціалізуються на вирощуванні зернових, картоплі, овочів та кормових культур. І лише 15% від загальної кількості господарств займаються тваринництвом.

Існують проблеми і в особистих селянських господарствах. Очевидним є таке явище, як низький рівень конкурентоспроможності продукції цих господарств. В останні роки у їх діяльності спостерігається скорочення поголів'я худоби і птиці, зменшення виробництва продуктів харчування. Більшість ведуть господарську діяльність для задоволення власних потреб, навіть якщо виробництво є збитковим. Незважаючи на те, що цією категорією господарств наразі виробляється понад 73% валової продукції, потенційні можливості збільшення продукції та поліпшення її якості тут досить обмежені: сільське населення швидко старіє, виробництво базується переважно на ручній праці та не є інвестиційно привабливим [4].

Отже, розвиток аграрного сектора економіки України спрямований на формування ефективного соціально спрямованого сектора економіки держави, здатного задовольнити потреби внутрішнього ринку та забезпечити провідні позиції на світовому ринку сільськогосподарської продукції та продовольства на основі закріплення його багатокладності, що на даному етапі розвитку вимагає пріоритету формування різних категорій господарств, власники яких проживають у сільській місцевості, поєднують право на землю із працею на ній, а також – власні економічні інтереси із соціальною відповідальністю перед громадою.

Література:

1. *Економічна теорія. Модульний курс : навч. посібник / Є. М. Воробйов. Х. : Торсінг плюс. – 2009. – 320 с.*
2. *Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] : [Стратегія розвитку аграрного сектору економіки України] – Режим доступу: <http://www.minagro.gov.ua/node/7644>*
3. *Аналіз розвитку агропродовольчого сектору України [Наукова стаття] / А.Є. Давидович [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://clc.am/VHtzHA>.*
4. *Житомир.info [Електронний ресурс] : [Аграрна галузь, наче локомотив, тягне вітчизняну економіку] . Режим доступу: https://www.zhitomir.info/news_145515.html*

ПАНЧЕНКО Д.О.,

студентка 2 курсу магістратури
факультету бізнесу та сфери обслуговування
Державного університету «Житомирська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н. В.О. Ткачук

ПРИЧИНИ БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ ТА НАПРЯМИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Питання безробіття є однією з гострих соціально-економічних проблем сучасності. Сьогодні наявна тенденція зростання безробіття серед молоді, на що значно впливає глобальна економічна криза. Останнім часом Україна гостро зіткнулась із скороченням чисельності працівників, переходом державних підприємств у руки приватних власників, закриттям підприємств, збільшенням чисельності зайнятих у тіньовому секторі економіки та ін., що призводить до поглиблення проблеми зайнятості населення [1, с. 563].

Для вирішення проблеми молодіжного безробіття варто розібратися з усіма причинами його виникнення. Доцільно виділити екзогенні (тобто, пов'язані із зовнішніми впливами) та ендогенні (пов'язані із внутрішніми процесами) фактори, що сприяють молодіжному безробіттю.

Зокрема, до екзогенних факторів безробіття молоді відносять:

– світову фінансово-економічну кризу (звідси високий податковий тиск на підприємців з боку держави, активний розвиток тіньової економіки і т.д.);

– міграційні процеси (зайняття робочих місць іноземцями).

В свою чергу, до ендогенних факторів належать [2, с. 92]:

– диспропорція між попитом і пропозицією робочої сили на ринку праці (загальний стан ринку праці, де кількість робочих місць постійно зменшується, а на кожне з них претендує декілька людей);

– невідповідність кваліфікації молодих спеціалістів вимогам роботодавців (відірваність одержаних знань від практики, невідповідність до роботи в реальному житті і незрозуміння того, як цей бізнес працює);

– відсутність досвіду роботи (молодь, яка закінчила або припинила навчання у загальноосвітніх, професійно-технічних закладах і закладах вищої освіти, яка звільнилася зі строкової військової або альтернативної служби, і яка вперше приймається на роботу);

– завищені вимоги молоді до майбутнього місця роботи;

– недосконалість національного законодавства з питань молодіжної зайнятості;

– недостатня поінформованість абітурієнтів про потреби місцевого ринку праці та погана профорієнтаційна робота зі школярами старших класів;

– відсутність налагодженої системи взаємодії навчальних закладів, підприємств і держави;

– різний рівень розвитку регіонів України (сюди ж включають недосконалість територіальної структури розвитку економіки). Слід відмітити, що низький рівень безробіття спостерігається в промислових регіонах, порівняно з тими, де промисловість дуже повільно розвивається або взагалі відсутня, а переважна частина населення – зайняті у сільському господарстві та самозайняті;

– нижча конкурентоспроможність порівняно з іншими віковими групами населення;

– психологічні моменти (пасивна модель поведінки; втрата мотивації до праці; психічна, моральна та соціальна несформованість; невпевненість у своїх силах; відсутність навичок міжособистісного спілкування, таких як комунікабельність, вміння презентувати себе, вести переговори, емоційний контроль).

Сьогодні держава намагається вирішити окреслені проблеми безробіття серед молоді за рахунок наступних заходів:

– створюється мережа молодіжних центрів зайнятості;

– забезпечується професійна орієнтація;

– передбачено створення умов для самозайнятості та підтримка підприємництва, наприклад, надання одноразової допомоги по безробіттю для організації підприємницької діяльності;

– стажування студентської молоді.

Однак, в процесі вирішення проблем безробіття і працевлаштування молоді необхідний комплексний вплив, передусім, на глибинні причини, а не лише на супутні негативні фактори, в іншому випадку ми ризикуємо лише замаскувати проблему. Так, часто вся повнота відповідальності за врегулювання проблем молодіжного безробіття покладається на державу, в той час як вплив інших суб'єктів на молодіжному ринку праці (навчальних закладів, органів місцевого самоврядування, роботодавців, а також самої молоді) також може бути визначним. Наприклад, з боку навчальних закладів очікується посилення профорієнтаційної роботи у невеликих населених пунктах, укладання прямих договорів із роботодавцями щодо навчання необхідних фахівців, популяризація технічних спеціальностей та ін.

Органи місцевого самоврядування могли б взяти участь у проведенні регіональних молодіжних ярмарків вакансій, активізації підприємницької діяльності молоді, розширенні мережі закладів професійного навчання. Крім того, і сама молодь не повинна залишатися осторонь, демонструючи зі свого боку відповідальне ставлення до вибору спеціальності, до навчання та самоосвіти, готовність до територіальної мобільності, використання всіх можливостей служб зайнятості та профорієнтації.

Отже, вирішуючи проблему молодіжного безробіття комплексно, в найближчий час можна буде помітити позитивні зрушення в напрямі її подолання.

Література:

1. Зелінська А. Сучасний стан та тенденції розвитку ринку праці в Україні / А. Зелінська, І. Копитова // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – №17. – С. 562–565.

2. Близнюк В. Метаморфози ринку праці: глобальні тенденції та вітчизняні особливості / В. Близнюк. – К.: ДУ «Інт екон. та прогнозув. НАН України», 2016. – С. 89–109.

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ СТАЛОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

Однією з головних задач, які стоять перед переробними підприємствами регіону є забезпечення їх конкурентоспроможності. Першочерговим етапом розробки заходів, направлених на підвищення конкурентоспроможності, є оцінка її поточного рівня.

Конкуренція – процес управління суб'єктами своїми конкурентними перевагами для утримання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах. Конкуренція є рушійною силою розвитку суб'єктів і об'єктів керування, суспільства в цілому.

Результати оцінки конкурентоспроможності є підставою для аналізу причин несприятливих тенденцій в її рівні і динаміці, а також при обробці коригуючих заходів, у формуванні конкурентної стратегії переробного підприємства. В узагальнюючому показнику конкурентоспроможності будь-якого переробного підприємства відображаються підсумки роботи практично всіх його служб і підрозділів (тобто характеризується стан його внутрішнього середовища), а також реакція його менеджменту та маркетингу на зміну зовнішніх факторів взаємодії. При цьому особливо важливою є здатність керівництва підприємства оперативно і адекватно реагувати на зміни в поведінці споживачів, їх смаків і вподобань та проводити на виробництві відповідні перетворення і реформи.

В умовах інтеграції української економіки до європейського і світового співтовариства постає питання оцінки конкурентоспроможності переробних підприємств не тільки на внутрішньому, а й на зовнішньому ринках. Вагомим фактором оцінки конкурентоспроможності переробних підприємств на зовнішньому ринку одержання згоди провідних міжнародних фірм не тільки купувати у підприємства продукцію, а й активно співробітничати з ним на взаємовигідних партнерських умовах. Саме так формується сучасний потенціал переробного підприємства і підвищуються його конкурентні можливості.

Конкурентоспроможність конкретного переробного об'єкта бажано вимірювати кількісно, що уможливить управління її рівнем. Конкурентоспроможність продукції пропорційна неоплаченій (або тій, що дісталася задарма) частині споживчої цінності товару. Звичайно, чим більший дохід буде отримувати споживач від використання певного товару, тим краще товар буде просуватися на ринку. У кожного конкурентного товару ціна реалізації є нижчою споживчої цінності. Для споживача неоплачена частина споживчої цінності дорівнює отриманому ним від використання товару додаткового прибутку.

Для постачальника (продавця) - вона відповідає запасу конкурентоспроможності. При цьому споживач однозначно зацікавлений, щоб неоплачена ним доля була як можна більшою. Відношення ж постачальника до цієї величини є двояким.

При оцінці задоволеності споживача досліджуваним товаром необхідно уважно і детально аналізувати ринкову ситуацію. Як відомо, конкурентоспроможністю називається ступінь привабливості даного продукту для споживача, який здійснює реальну покупку. В історії бізнесу немало прикладів, коли товари, що отримали найвищі оцінки експертів, не подобалися споживачам.

На нашу думку, не доцільно ставити знак тотожності між масовістю продажу і сильною конкурентоспроможністю товару. По-перше, продукти, які не влаштовують клієнтів (і, тому, неконкурентоспроможні) можуть активно продаватися при дефіциті або відсутності вибору. Слабкість їх конкурентних позицій об'єктивно існує, проте проявиться, як тільки на ринку з'являться кращі товари. По-друге, досить конкурентоспроможні товари можуть бути орієнтовані на вузькі прошарки споживачів. Вони є гарними, проте не для всіх. А тому ніколи не будуть користуватися масовим попитом. Наприклад, сири сорту "Брі-блю" (з характерним присмаком) або в'ялені томати, що виробляються херсонськими крафтовими виробниками користуються гарним попитом серед своїх шанувальників, проте більшість пересічних споживачів є до них байдужими.

Вважаємо, що на практиці критерії, за якими споживач оцінює і вибирає продукцію, включають у себе значно більшу кількість показників, ніж ціна і якість. Тому, з позиції маркетингу, при оцінці конкурентоспроможності продукції необхідно враховувати не тільки вимоги споживачів до його ціни та якості, але і вимоги, що відносяться, в основному, до сфери укладання угоди й використання продукції, такі як оперативність поставки, забезпеченість переробними потужностями, організація сервісу, репутація країни-виробника і конкретного постачальника та ін.

Отже, основним завданням переробних підприємств регіону є досягнення стійкого росту виробництва продукції, надійне забезпечення країни продуктами харчування і сировиною, об'єднання зусиль усіх галузей для отримання високих кінцевих результатів. Діяльність переробного підприємства, яка базується на впровадженні інноваційних розробок, кінцевим результатом має мати підвищення його конкурентоспроможності. А проаналізовані фактори в свою чергу є базисом для підвищення регіональними переробними підприємствами свого рівня конкурентоспроможності.

Література:

1. Портер М. Конкуренція: Учеб. пособие / Пер. с англ. – М.: Издательский дом “Вильямс”, 2001. – 495 с.
2. Ткачук Г.Ю. Формування конкурентоспроможності малих підприємств агробізнесу: сучасний стан та перспективи розвитку : монографія / Г.Ю. Ткачук. – Житомир : ЖДТУ, 2012. – 200 с.
3. Федорчук О.М. Організаційно-економічне вдосконалення сучасної комерційної інфраструктури АПК України / О.М. Федорчук // Таврійський науковий вісник: зб. наук. праць. – Херсон: Айлант, 2013. - Вип. №. 83. – С. 366-371.

ПЕНДЛИШАК І.О.,

студентка 3 курсу обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету

Науковий керівник: асистент К. А. Мікуляк

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІРЖОВОЇ ТОРГІВЛІ АГРАРНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ

В умовах сьогодення біржовий ринок є прикладом дієвого ринку, на якому щоденно зустрічаються інтереси виробників, споживачів, фінансистів, комерційних банків, стейкхолдерів компаній та організацій.

Бурхливий розвиток торгівлі до XVI ст. став поштовхом постійних, а не тимчасових форм оптової торгівлі, а саме – аукціонної та біржової торгівлі, таким чином аукціони стали прототипом біржової торгівлі. Слід зазначити, що в Україні зародження біржового ринку розпочалось саме з організації сільськогосподарських аукціонів.

Уже з перших днів заснування біржа зайняла провідне місце в торгівлі сільськогосподарською продукцією та організації її експорту, тісно пов'язуючи свою діяльність з морським портом [1].

Питанням особливостей розвитку біржової торгівлі аграрною продукцією приділяли увагу науковці, серед яких: М. Сотник [2], Р. Дудяк [3], М. Солодкий [1] та ін.

Основними напрямками підвищення ефективності та розвитку біржової діяльності в Україні є:

– залучення більшої кількості суб'єктів господарювання до участі у біржових торгах як продавців та покупців;

– зменшення та оптимізація кількості бірж шляхом удосконалення державної економічної політики, що має бути спрямована на прозорість та досконалість конкурентних відносин між суб'єктами господарювання;

– впровадження інноваційних інструментів маркетингу та торгівлі, які засновані на телекомунікаційних та інтерактивних технологіях [2].

В історії розвитку біржового ринку сільськогосподарської продукції особливе місце посідає Миколаївська біржа. Виникнення цієї біржі тісно пов'язане з розвитком міста як торгового центру зерном та з відвантаженням його на експорт. Хлібна торгівля тут велася досить своєрідно, продавали зерно, пшеницю, жито, овес, ячмінь. Ринок був переповнений пропозиціями, що призводило до падіння цін. Значна частина зерна за низькими цінами перекуповувалася посередниками і відправлялася до Одеського порту, оскільки місцевий порт був закритий. Із відкриттям Миколаївського комерційного порту місто позбулося своєї замкнутості і вже з цього порту почали відправлятися торгові судна як іноземні, так і вітчизняні. Все це сприяло активному розвитку експорту зерна та продуктів його переробки [2].

Великою проблемою як для Миколаївського порту, так і для інших портів, що здійснювали експорт зерна, була відсутність місткостей для його нагромадження і зберігання та організації завантаження в судна. Місцеві та іноземні купці м. Миколаєва почали чітко розуміти, що проблеми, пов'язані з організацією торгівлі зерном, його експортом неможливо вирішити без створення в місті біржі [2]. Миколаївська біржа була заснована наприкінці 1885 р. та знаходилася в підпорядкуванні Міністерства фінансів [1].

Правові умови створення та діяльність бірж на території України регламентуються державними актами, законами і контролюються державними й громадськими комісіями. У країні прийнято американську модель державного регулювання біржових ринків, яка передбачає співпрацю професійних посередників і значне внутрішньобіржове регулювання [3].

З перших днів роботи біржа займається упорядкуванням торгівлі зерном та створенням необхідних умов для його реалізації на експорт. Загалом, якщо узагальнити роботу Біржового комітету, то вона зводилася до вирішення таких проблем: організація біржової торгівлі та захист інтересів виробників та споживачів зерна; контроль якості зерна шляхом організації відповідних лабораторій; удосконалення вантажно-розвантажувальних робіт; захист інтересів вітчизняних експортерів на зарубіжних ринках; вироблення біржових сертифікатів на зерно та їх впровадження; поліпшення роботи порту та залізниці. Комплекс здійснених заходів дозволив Миколаївському порту, а отже, і біржі, посісти провідне місце в торгівлі зерном [1].

Основними конкурентами українському зерну на світовому ринку в той період вже були США, Аргентина, Австралія. Незважаючи на те, що зерно, вирощене на українських чорноземах, за якісними показниками не поступалося конкурентам, за чистотою та засміченістю воно було значно гіршим, що суттєво впливало на його ціну.

Ефективне функціонування біржового ринку сільськогосподарської продукції неможливе без добре розвинутої інфраструктури і, передусім, агроторгових домів, кооперативів. Основним фактором, який стимулював збільшення їх кількості став Указ Президента України «Про заходи щодо забезпечення формування та функціонування аграрного ринку» [1].

Отже, проаналізувавши розвиток основних елементів маркетингової інфраструктури аграрного ринку Миколаївської області, можна зробити висновок, що створення Аграрного фонду та запровадження механізму товарних та фінансових інтервенцій, безперечно, стане раціональним кроком до створення цивілізованих ринкових відносин в аграрній сфері країни, а також до забезпечення участі держави в регулюванні ціноутворення на аграрному ринку.

Література:

1. Біржовий товарний ринок : навч. посіб. – 2-ге вид. змін./ М.О. Солодкий, В.О. Яворська. – К. : В-во «ЦП Компринт», 2017.– 482 с.
2. Підприємництво, торгівля та біржова діяльність [Текст] : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. І. М. Сотник, д.е.н., проф. Л. М. Таранюка. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2018. – 572 с.
3. Дудяк Р. П. Організація біржової діяльності: основи теорії і практикум : навч. посіб. 2-ге вид., доп. / Р. П. Дудяк // Львів : Магнолія, 2007. – 360 с.

ПЕТРИШЕН Ю.І.,

студент 2 курсу магістратури економічного факультету
Подільського державного аграрно-технічного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Т.В. Гоголь

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

Нечувані темпи руху капіталу призводять до високої динамічності робочої сили, для якої обмеження на кордонах надалі не відіграватимуть суттєвої ролі. Ці два чинники визначатимуть існування щонайменше і двох кардинальних проблем: занепаду регіонів з традиційною (недидерсифікованою) структурою виробництва та сільських територій, що в обставинах переходу до неоліберальної моделі розвитку і посилення глобальної конкуренції, передусім з боку “нових лідерів” (Індія, Китай), у галузях металургії, хімічної, легкої та харчової промисловості можуть виявити неготовність до відстоювання тих соціальних пріоритетів, які ще у 80-х роках ХХ ст. вважалися

досягнутими. Тенденція до скорочення зайнятості в аграрному виробництві характерна для всіх країн світу.

Сучасні тенденції розвитку сільських територій України характеризуються тим, що біля 3745 тис. сільських жителів працездатного віку, або більше третини є незайнятими, тобто не працюють як наймані особи, не мають власної справи та не виробляють товарної продукції в особистих селянських господарствах [6].

Як зазначається в аналітичній доповіді Національного інституту стратегічних досліджень, характер українського безробіття нетиповий для країн з ринковою економікою. Після трансформаційної кризи особливу гостроту отримала проблема безробіття в економічно найменш розвинених частинах країни, де можливості забезпечення зайнятості були обмежені. Нарешті, ситуація на ринку праці помітно ускладнювалася територіальною ізольованістю низки регіонів. Відповідно у відносно кращому становищі знаходилися регіони, багаті на природні ресурси, з диверсифікованою структурою виробництва і сприятливими умовами для розвитку третинного сектору (торгівлі, фінансових послуг тощо) [5, с.14].

Сучасні тенденції розвитку сільських територій України відбуваються у напрямі звуження сфери прикладання праці та невідповідності професійно-кваліфікованої якості робітників потребам роботодавців, зростання безробіття. Проблема диверсифікації сфер зайнятості сільських мешканців особливо актуальна в регіонах України з високою часткою селян. Зокрема, на території трьох областей Карпатського регіону: Закарпатській, Чернівецькій та Івано-Франківській, відповідно, 63%, 56,9% і 56,2% , також Рівненській (52,5%), Тернопільській (55,3%) областей частки сільського населення є найвищими по Україні. Враховуючи високу частку сільських мешканців у структурі населення Карпатського регіону і вищу середньої по Україні частку зайнятого населення у сільському господарстві, частка населення зайнятого у сільському господарстві змінюється у Карпатському регіоні в межах 40-46 % [4, с.342].

Узагальнення результатів обстежень економічної активності сільського населення за останні роки минулого століття (проведених Державним комітетом статистики України) дозволяє зробити висновок, що сільська місцевість України має досить обмежені можливості щодо забезпечення власного населення додатковою, крім сільськогосподарського виробництва, та й то з певними обмеженнями, роботою. Незважаючи на те, що у сільській місцевості серед зайнятого економічною діяльністю населення, частка осіб, які мали додаткову роботу, у 12 разів перевищує аналогічний показник по місту, основним джерелом додаткової роботи для сільських жителів виступає самозайнятість, переважно в особистому підсобному сільському господарстві майже 97%. В той же час у місті понад 50% населення, яке має додаткову роботу, знаходить її в оптовій та роздрібній торгівлі, будівництві, освіті та охороні здоров'я. Пов'язано це, головним чином, з активністю платоспроможного попиту, який у містах виявляється значно вищим, ніж у сільській місцевості. Саме цей чинник виступає пріоритетним при визначенні вектора руху сфери прикладання праці.

Усе це дає підставу віднести питання структурних змін на ринку праці як в даному часі, так і в прогностичному періоді до гострих складних і невідкладних завдань для всіх без винятку органів державної влади на макроекономічному та регіональному рівнях.

Результати проведених досліджень вказують на те, що механізм розширення зайнятості населення в сільській місцевості доцільно розглядати з виділенням таких блоків як збереження неповної та інтервенційної зайнятості з врахуванням часткової державної компенсації; перекваліфікація та працевлаштування на нові робочі місця; працевлаштування через державну службу зайнятості на вільні, новостворені робочі місця і сезонні роботи; участь у громадських роботах; ефективне використання вакантних робочих місць на селі в плані їх потенційної привабливості та здатності у найближчій перспективі забезпечити продуктивну зайнятість безробітного населення.

Література:

1. Гоголь Т.В. Механізми державного гарантування зайнятості населення сільських територій. Державне управління та місцеве самоврядування. Дніпропетровськ: Видавництво ДПІ НАДУ, 2011. - № 3 (10).
2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Конвенція про сприяння зайнятості та захист від безробіття № 168 / Міжнародна організація праці; Конвенція, Міжнародний документ від 21.06.1988 р. № 168. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/>.
4. Притула Х.М., Крупін В.Є. Сучасні тенденції розвитку сільських територій України та економічно розвинених країн: порівняльний аналіз. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. - Вип. 20.11. - С. 335-345.
5. Системні вади ринку праці України та пріоритети його реформування: аналітична доповідь / За ред. Я.А.Жаліла. Київ: НІСД, 2010. - 47 с.

ПУХОВА Е.Е.,

студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник : ст. викладач А.О. Лагойський

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

У сучасних економічних умовах ефективне функціонування держави значною мірою забезпечується стабільним розвитком соціальної сфери, яка істотно впливає на процеси відтворення робочої сили, зростання продуктивності праці, підвищення освітнього і кваліфікаційного рівнів трудових ресурсів, рівень науково-технічного розвитку продуктивних сил, а також культурне і духовне життя суспільства.

Проблемам фінансового забезпечення функціонування різних сфер і галузей економічної системи присвячено праці відомих вітчизняних та зарубіжних учених-економістів. Вітчизняні науковці: В.І. Аранчія, В.Д. Базилевича, І.Т. Балабанова, О.Д. Василика, С.Я. Огородника, В.М. Опаріна, Р.С. Сайфу, В.К. Сенчагова, В.Н. Сутор, А.Д. Шеремета, В.М. Федосова, С.І. Юрія та інших. Зарубіжні науковці: У. Беверидж, І. Бентам, Дж. Б'юкенен, А. Вагнер, Л. Ерхард, А. Мюллер-Армак, А. Пігу, Д. Роулс, М. Фрідман.

Соціальну сферу умовно можна поділити на дві складові: соціально-побутову та соціально-культурну. Соціально-побутова складова охоплює житлово-комунальне господарство (ЖКГ), побутове обслуговування, торгівлю і громадське харчування, транспорт і зв'язок, а соціально-культурна – освіту, охорону здоров'я, спорт, туризм, культуру та соціальне забезпечення

На соціальну сферу покладено вирішення низки завдань, котрі мають першочергове значення для розвитку економіки і позитивно впливають на головну продуктивну силу суспільства – людину, а саме:

- досягнення гідного рівня матеріального добробуту й умов життя людей;
- забезпечення максимальної продуктивної зайнятості населення, підвищення якості і конкурентоспроможності робочої сили;
- забезпечення прав і соціальних гарантій сім'ям;
- підтримка соціально найвразливіших верств населення; [5].

Основними джерелами фінансового забезпечення соціальної сфери є бюджетне та позабюджетне фінансування. Позабюджетне фінансування включає самофінансування, кредитування та мобілізацію фінансових ресурсів з інших джерел.

Самофінансування є вихідною формою фінансового забезпечення та передбачає процес відшкодування поточних витрат діяльності суб'єктами господарювання соціальної сфери, а також їхній розвиток за рахунок власних джерел фінансових ресурсів (прибутку та власних надходжень бюджетних установ).

До інших форм фінансового забезпечення доцільно віднести спонсорські кошти, надходження від громадських та благодійних фондів, кошти державних цільових фондів. Так зазначають Н. Пігуль, О. Люта та А. Бойко[4].

Звітність Міністерства фінансів про виконання Державного та місцевих бюджетів України [1] свідчить, що за рахунок коштів бюджетів місцевого самоврядування, районних бюджетів, бюджетів міст обласного підпорядкування, обласних бюджетів фінансується понад 20 % загальної суми бюджетних призначень видатків на охорону здоров'я, серед яких переважають видатки на утримання лікарень і санаторно-курортних закладів (близько 15%), функціонування поліклінік, амбулаторій, швидкої та невідкладної допомоги (близько 5%) [1].

Задекларовані на загальнодержавному рівні управління соціальні стандарти для населення не мають стійкого фінансового підґрунтя, відсутня єдина цілісна методологія їхнього бюджетування, забюрократизованим і недовершеним є механізм субсидіювання малозабезпечених громадян [2].

Щороку більше 20% державного бюджету витрачається на фінансування програми "Соціальний захист та соціальне забезпечення в Україні", якою передбачено надання найуразливішим верствам

населення передбачених законодавством соціальних виплат. Проте зростання частки видатків на соціальний захист не супроводжується істотним підвищенням соціальних гарантій [3].

Таким чином, особливістю сучасного розвитку економіки України є зростання ролі соціальної сфери, яка створює сприятливі умови як для духовного, так і для матеріального життя, оскільки якість, асортимент і доступність послуг, котрі надаються, є важливою складовою частиною формування високого рівня життя населення. Стабільний розвиток соціальної сфери України потребує такого рівня фінансового забезпечення, який би дав змогу стати соціальної сфері одним із важливих факторів переходу до сталого розвитку економіки в цілому

Література:

1. Веб-портал Державної казначейської служби України [електронний ресурс]. — режим доступу :<http://www.treasury.gov.ua/main/uk/index>

2. Kim В.І. ЕФЕКТИВНІСТЬ БЮДЖЕТНОГО ФІНАНСУВАННЯ ВИДАТКІВ НА СОЦІАЛЬНУ СФЕРУ І СОЦІАЛЬНИЙ ЗАХИСТ НАСЕЛЕННЯ. [електронний ресурс]-режим доступу <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/2-53/17.pdf>

3. Ковальська Е. М. Соціальний захист населення України: стан, проблеми та перспективи [електронний ресурс] - режим доступу: http://www.rusnauka.com/6_PNI_2012/Economics/5_101864.doc.html

4. Пігуль Н. , Люта О. ,Бойко А. Фінансове забезпеченні соціальної сфери України [електронний ресурс].- режим доступу [file:///D:/Vnbi_2015_1_21%20\(1\).pdf](file:///D:/Vnbi_2015_1_21%20(1).pdf)

5. Фахрутдинова Е. В. Роль социальной сферы и социальной политики в обеспечении устойчивого социально-экономического развития страны. – [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru/data/2011/10/28/1267245220/1.pdf>

СОЛОВЬОВ А.І.,

д.е.н., професор, декан факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

КЛАСТЕРНИЙ ПІДХІД В РЕГІОНАЛЬНІЙ ПРОДОВОЛЬЧІЙ СФЕРІ

Розвиток інтеграції на основі створення агропромислових економічних кластерів є однією з можливих форм агропромислової політики. Необхідно відмітити, що кластерний підхід спочатку використовувався при дослідженні проблем конкурентоспроможності промисловості. У сучасних умовах цей підхід знаходить вживання для вирішення таких завдань, як аналіз конкурентоспроможності регіону, формування регіональної політики, розвиток механізму стимулювання інноваційної діяльності.

При розкритті сутності кластера як економічної категорії немає єдності і однозначності у визначенні. Така ситуація впливає і на практичну складову проблеми використання кластеризації в забезпеченні економічного зростання регіону.

Кластерний підхід найбільш широке вживання в даний час отримав як чинник розвитку економіки регіону. Тому закономірним є виділення інноваційної складової кластера [1, с. 234]. Кластер є стійкою системою підприємств і інститутів, взаємозв'язаних виробництвом інноваційної продукції з використанням досягнень наукових інститутів, що саморозвивається, процесами підготовки і навчання кадрів для наукових організацій і комерційних структур, стимулювання підприємницької активності в наукоємній сфері і комерціалізації перспективних технологій.

До структури кластеру як обов'язкові елементи повинні включатися: підприємства, зацікавлені в співпраці для поліпшення доступу до ресурсів, фінансів, висококваліфікованих кадрів, знань, технологій, нових ринків; державні органи управління, зацікавлені в забезпеченні необхідного рівня зайнятості і добробуту населення території; організації-носії інтелектуального ресурсу, зацікавлені в його ефективному використанні; забезпечуючи структури, зацікавлені в підвищенні ефективності своєї діяльності.

Економічна стійкість агропромислового виробництва можлива лише на основі інноваційного розвитку галузей, модернізації промисловості і сільського господарства, впровадження енергозбережної техніки і технології, активізації інтелектуальних ресурсів, оптимального поєднання ринкових механізмів і державного регулювання економіки. Всі ці чинники можуть бути використані в рамках кластерного підходу розвитку аграрної сфери. Агропромисловий кластер являє собою територіально локалізовану, інноваційно спрямовану інтегровану структуру, організовану на базі промислового і сільськогосподарського виробництва, метою якої є створення індустріальної

основи для підвищення конкурентоспроможності і високої продуктивності продовольчої сфери регіону, перерозподілу доданої вартості і комплексного використання соціально-економічного потенціалу території [2, 3].

У сучасній економічній ситуації використання кластерного підходу в регіональній продовольчій сфері можливо на основі наступних концептуальних положень: ключовим сектором агропромислового кластера повинні бути підприємства, які експортують свою продукцію, товари або послуги за межі регіону. Це структури, які забезпечують економічний успіх всього кластера. Найчастіше – це переробні підприємства. Такі підприємства повинні бути ефективними, успішними, займати стійку конкурентну позицію на галузевому ринку, здатні розвиватися й сприяти розвитку інших підприємств кластера, в першу чергу сільськогосподарських підприємств; до складу кластера повинні обов'язково входити сільськогосподарські підприємства як постачальники сільськогосподарської сировини, що забезпечують діяльність компаній-лідерів. Від якості постачальників залежить благополуччя всього кластера в цілому; взаємодія кластера з владою. Для забезпечення стійкості кластера і можливості розвитку в довгостроковій перспективі необхідна підтримка його діяльності місцевими органами влади через механізми державного регулювання, або прямої участі державних структур у складі інтегрованого формування; цільовий початок в діяльності кластера повинен носити інноваційний характер. Кластер як інтегрована форма взаємодії підприємств виробничої сфери своїм завданням повинен ставити створення інновацій і впровадження їх у практику; успішна діяльність кластера визначається станом бізнес-клімату, який включає чималий набір чинників, до яких в силу специфіки агропромислового виробництва слід віднести систему державного регулювання, технології, людські ресурси, соціальні умови; основна ідея формування кластера в аграрній сфері полягає в тому, що на основі науково обґрунтованих та технологічно комплексних рішень реалізуються комерційні механізми створення умов для переозброєння галузі і залучення вигідних інвестиційних вкладень.

Література:

1. Васильєва Н.К. Математичні моделі інноваційного розвитку в аграрній економіці: [монографія] / Н.К. Васильєва. – Дніпропетровськ: РВВ ДДПУ, 2007. – 348 с.
2. Кропивко М.Ф. Кластерний підхід до управління сільським розвитком / М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2008. – №5. – С.55-58.
3. Соколенко С. Кластери в глобальній економіці / С. Соколенко. – К.: Логос, 200 – 848 с.
4. Тарієнко Ю.О. Методологія вибору оптимальної моделі аграрного виробництва / Ю.О. Тарієнко, О.А. Козаченко, Ю.В. Сорока // Науково-інформаційний бюлетень завершених наукових розробок «Аграрна наука – виробництво». – 2012. – № 2. – С. 15-18.

СОРОКІНА А.М.,

аспірантка кафедри економіки та міжнародних економічних відносин
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Ю.В. Ушкаренко

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Кондитерська промисловість є однією з найбільш ємких у харчовій промисловості, характеризується стабільністю та стрімким зростанням, а також показує низький рівень вразливості до негативних спадів в економіці країни та світу в цілому [1, с. 47-49]. Останнім часом на ринку кондитерських виробів України спостерігається стабільне зростання продажів. Вперше за окремими категоріями вплив зростання продажів на обсяг ринку перевищив значимість інфляційного компонента. Однією з таких категорій стали кондитерські вироби (бісквіти і печиво, жувальні цукерки, шоколадні вироби і ірис). Обсяг ринку солодоців в грошовому вираженні зріс на 25,1% і досяг рівня 20,5 млрд гривень. У натуральному вираженні продажі зросли на 14,5% до 146 млн тонн.

Причина зростання продажів в тому, що кондитерські компанії досить стримано підіймали ціни на продукцію, рекламували лінійки з великою вагою (наприклад, Snickers Super +1). На зростання також вплинуло перерозподіл переваг покупців в різні сегменти. Серед кондитерських виробів найбільшою популярністю в українців користуються шоколадні плитки (частка в грошовому вираженні 26,6%), печиво (19,5%) і вагові шоколадні цукерки (17,3%). Ці три категорії генерують понад 60% продажів ринку солодоців. Більш того, шоколадні плитки з темпом зростання + 29,8% є не тільки основним джерелом розвитку кондитерських виробів, але і входять в ТОП 3 категорій за

вкладом до загального зростання продовольчого сектору продуктів [2]. Велика кількість гравців на ринку і сильна цінова конкуренція в шоколадних плитках привели до того, що категорія стала однією з найбільш рекламованих в продовольчому секторі. Як результат, 41% продажів шоколадок пройшли через промо. Найпоширенішим видом промо традиційно є тимчасове зниження ціни. Крім проведення акцій, виробники стали більш уважними до самого продукту.

Якщо раніше бренди активно управляли ціною за рахунок зменшення ваги шоколадки, обсягу упаковки або рецептури, то сьогодні такі кроки можуть негативно позначитися на репутації компанії і продажах. Покупці стали перевіряти, який відсоток какао вказано на упаковці, перераховують ціну на кількість грам і порівнюють з іншими пропозиціями. Зміна продажів в грошовому вираженні до попереднього року, (2018 р. в порівнянні до 2017 р.) представлена на рис. 1. Виробникам довелося змінити тактику. Компанії стали розвивати альтернативні сегменти, наприклад, пропонувати плитки з наповнювачами, в яких велика частина шоколаду замінена більш дешевим компонентом. Споживач сприймає такий продукт як більш економний варіант солодкого і можливість спробувати різні смаки, а не як спробу обману. Як результат, споживач активно відмовляється від "класичного" шоколаду без добавок на користь інших сегментів [2].

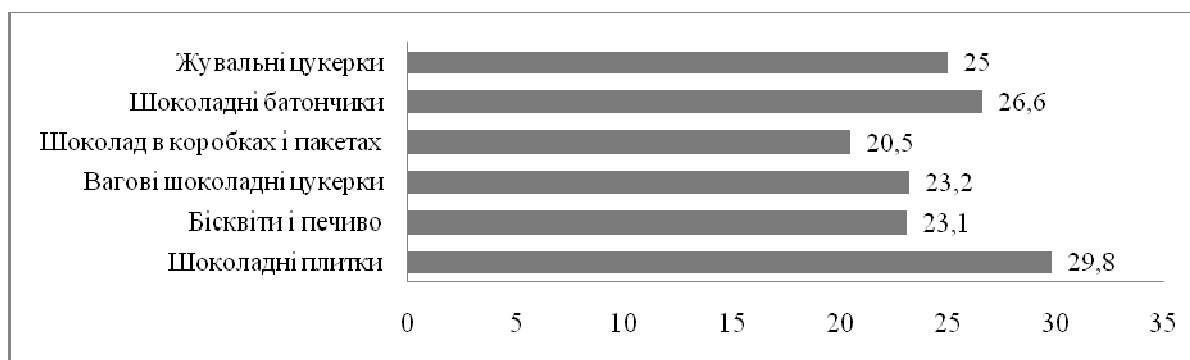


Рис. 1 Зміна продажів кондитерської продукції

Зміна продажів в грошовому вираженні до попереднього року, % (2018 р. в порівнянні до 2017 р.) (рис.2).

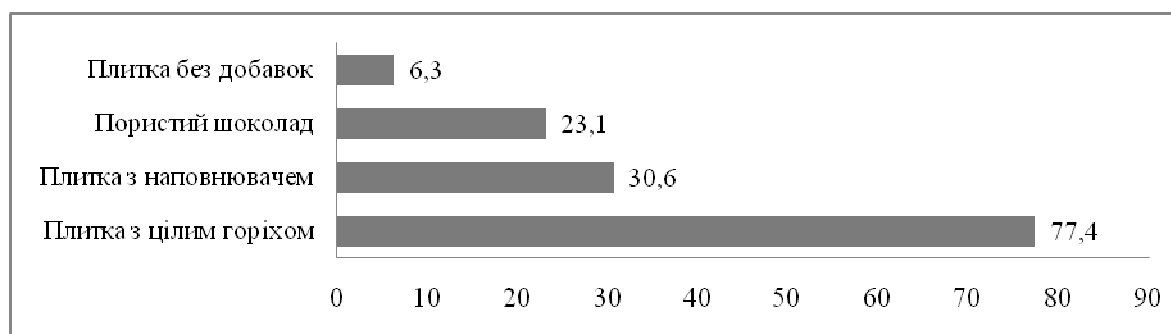


Рис. 2 Зміна продажів кондитерської продукції в 2017-2018 рр.

Схожа ситуація склалася і в категорії батончики (другий за темпами зростання). Наявність більш вигідного співвідношення ціна / вага, розширення асортименту за рахунок лімітованих серій з новими смаками збільшили зростання продажів на 26,6%. В печива і бісквітах також ростуть альтернативні сегменти. Найоб'ємніші і доступні сегменти в категорії – вафлі та класичне пісочне печиво – втратили частку, в той час як частка печива з добавками зросла. Категорія цукерки на вагу суттєво відрізняється від інших кондитерських категорій і протягом останніх років переживає істотної трансформації. Особливість категорії в тому, що вагові цукерки стало складно розміщувати в торгових точках [2]. У 2018 році основними каналами, через які продавалося 2/3 цукерки на вагу, були відкриті ринки і традиційна торгівля, проте за два роки важливість сучасної торгівлі виросла практично в півтора рази. У 2018 році гіпер / супер / мінімаркети вийшли на перше місце з 50,6% від продажів категорії.

Таким чином, зростання кількості торгових точок розвиває і кондитерський ринок. Є можливість уявити більший асортимент, а цінові і нецінові промоакції ведуть до більшого споживання. В результаті – 2018 рік був вдалим роком для ринку кондитерських виробів України. У всіх сегментах можна спостерігати зростання продажів, але найбільш успішними були ті компанії, які запропонували покупцеві нові продукти, які підійшли українцям за смаком та бюджетом.

Література:

1. Дем'яненко К. А. Тенденції розвитку кондитерського ринку України в сучасних умовах. Молодий вчений. 2018. № 9 (36). С. 45–50.
2. Сладкий год: кондитерский рынок вырос на 25% в 2018 году [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://delo.ua/business>

ТАРАСОВА А.В.,

студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: ст. викладач А.О.Лагойський

ПРОБЛЕМА ПРОЖИТКОВОГО МІНІМУМУ ТА ЯКОСТІ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день в Україні дуже сильно постає проблема прожиткового мінімуму, бідності та якості життя українців. Це пов'язано з економічною нестабільністю, бойовими діями на сході, політичною нестабільністю та іншими державними проблемами і факторами.

Ще у IV столітті до н.е. великий давньогрецький мислитель Платон торкався питань співвідношення багатства і бідності. В свою чергу, його учень Аристотель теж згадує проблему бідності й багатства. В класичній політекономії явища бідності і багатства були осмислені Адамом Смітом, Давідом Рікардо, Джоном Стюартом Міллем, Томасом Мальтусом, Раунтрі, Чарльзом Бутом, Уільямом Бутом [1].

Серед вчених, які досліджували проблеми надмірної диференціації в доходах населення, поширення бідності та зниження життєвого рівня населення в перехідний період в Україні потрібно виділити праці О.І. Амоші, В.П. Антонюк, І.М. Бабака, Н.П. Борецької, Н.С. Власенко, А.Г. Гвелесіані, В.М. Гейця, О.А. Грішнєвої. У роботах зазначених вчених досліджуються як методичні підходи до визначення бідності, так і особливості прояву цього явища в Україні та його наслідки.

“Рівень життя” є складною та системною соціально-економічною категорією, яка відображає сукупність відносин та умов, що визначають життєдіяльність та розвиток людей [3].

Якість життя – ступінь відповідності умов і рівня життя науково обґрунтованим нормативам або визначеним стандартам [5, с. 240]. Під якістю життя розуміють також задоволеність населення життям з точки зору широкого набору потреб та інтересів [1, с. 462].

Рівень життя постійно змінюється і залежить від стану економіки. На сьогодні визначальним чинником, що впливає на рівень життя українського населення, є економічна ситуація, що склалася в країні сьогодні, системний аналіз якої дає змогу зрозуміти реальну масштабність макроекономічних диспропорцій, що виникли внаслідок гіперінфляційних потрясінь, і які в умовах кризової стагнації економіки призвели до значних втрат життєвого рівня населення України [3].

Відомо, що рівень та якість життя населення є показником результативності соціальної політики держави. Проте соціальна політика України базується переважно на категорійних принципах надання допомоги (без перевірки доходів). Обсяги допомоги, які надаються на виключно адресних засадах (з перевіркою доходів одержувачів) становлять менш ніж 1% від загальних видатків на соціальний захист. Цей показник є надто малим порівняно з країнами ЄС, де він становить 12-15% [4].

Зокрема, Любомира Коваль, досліджуючи дану тематику зауважує, що з 1990-го щорічно Програма розвитку ООН готує детальний аналітичний звіт щодо 194 країн світу, серед яких і Україна, про якість життя та людського розвитку. Ключові показники тут – не тільки дохід на душу населення, а й тривалість життя, рівень освіти, медичної допомоги тощо [2].

Директор Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи НАН України Елла Лібанова під час презентації звіту зауважила, що відмінність звіту за 2016 рік для всіх країн, рівень життя яких досліджували, – те, що тут підбивали певний підсумок їхнього розвитку не за рік, а за останні 25 років. Що ж до самої України, то, на думку науковця, впродовж останньої чверті сторіччя вона зіткнулася з новими для себе задачами, зумовленими набуттям незалежності й розривом традиційних зв'язків у межах колишнього СРСР та формуванням нових міжнародних контактів. Ми долучилися до нового глобалізованого світу, що спричинило глибоку економічну кризу перехідного періоду. Таку глибоку, що, на думку Елли Лібанової, вона може стати причиною розподілу суспільства на касти [2].

Середня тривалість життя в Україні обох статей нині становить у середньому 71,1 року. Це, на жаль, нижче, ніж середній показник у світі – 71,7. І лише на 1,3 року більше, ніж було у 1990-му. Для порівняння – у країнах з дуже високим рівнем розвитку: у Чехії – 78,8, у Польщі – 77,6, в Угорщині – 75,3. У країнах нашої групи: в Туреччині – 75,5, в Грузії – 75 років, в Болгарії – 74,3 [2].

Висновки. Отже, в нашій державі стан економічної безпеки громадян знаходиться на незадовільному рівні. Виникає гостра потреба перегляду політики прожиткового мінімуму та споживчого кошика, яке покращить якість життя та призведе до поступового зменшення маргінальних настроїв населення. Ми вважаємо найважливішим напрямом соціально-економічної політики уряду та держави повинно бути досягнення стійкої позитивної динаміки добробуту населення на основі збільшення платоспроможного попиту, зокрема підвищення заробітної плати працюючого населення.

Література:

1. Ефимова М. Р. Социальная статистика / М. Р. Ефимова, С. Г. Бычкова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – С. 462.
2. Коваль Л. «Якість життя в Україні: оцінки експертів». <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/yakist-zhittya-v-ukrayini-ocinki-ekspertiv/>
3. Мандибура В. О. Рівень життя населення та механізми його регулювання : автореф. дис. ...д-ра екон. наук : 08.09.01 / Мандибура В. О. ; НАН України. Ін-т економіки. – К., 1999. – 36 с. – Режим доступу : <http://disser.com.ua/contents/37539.html>
4. Огляд чинних процедур призначення соціальної допомоги в Україні. –Режим доступу :<http://www.case-ukraine.com.ua/u/publications/7a3f72e92aa78cc4e262d430849244d6.pdf>
5. Удотова Л. Ф. Социальная статистика / Л. Ф. Удотова. – К. : КНЕУ, 2002. – С. 240.

ЦХАЙ Р.О.,

студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., ст.викл. А.В.Чмут

ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТОВАРІВ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ГРУПИ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Одним із важливих напрямів розвитку експортних можливостей національної економіки є експортний потенціал харчової промисловості України. Харчова промисловість України спроможна не лише забезпечити потреби внутрішнього ринку в продовольчих товарах, алей сформувати потужний експортний потенціал держави. Проблема розширення експортних можливостей та розвитку експортного потенціалу харчової промисловості України на сьогодні є дуже актуальною. Її вирішення потребує системного підходу до вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства і здійснення комплексу організаційно-економічних, управлінських і техніко-технологічних заходів, що сприятимуть посиленню конкурентних переваг підприємства та країни в цілому на зовнішньому ринку.

Зокрема, в Херсонській області високий потенціал виробництва харчових продуктів. Більша доля в виробництві продукції належить продукції рослинництва. З них найбільша доля належить зерновим технічним культурам та овочам. За аналізовані роки Херсонська область займала перше місце за валовим збором овочів.

Херсонська область має значний потенціал в сфері зовнішньоторгівельної діяльності. В першу чергу це зумовлено сприятливими природо-кліматичними умовами, які дозволяють розвивати в широких масштабах сільськогосподарське виробництво. Також в регіоні присутній значний логістичний потенціал (міжнародний аеропорт, морські та річкові торгові та вантажні порти, залізничні та автомобільні шляхи). Зовнішньоторгівельні операції проводяться з більше ніж 100 країнами світу.

Найбільшими експортерами харчових продуктів є наступні підприємства харчової промисловості Херсонської області: ПАТ «ДІМ Марочних коньяків «Таврія», ПрАТ«Чумак», ТОВ «Данон Дніпро», ПАТ «Цюрупинське», ТОВ «ВВВВ», ТОВ «Херсонська кондитерська фабрика».

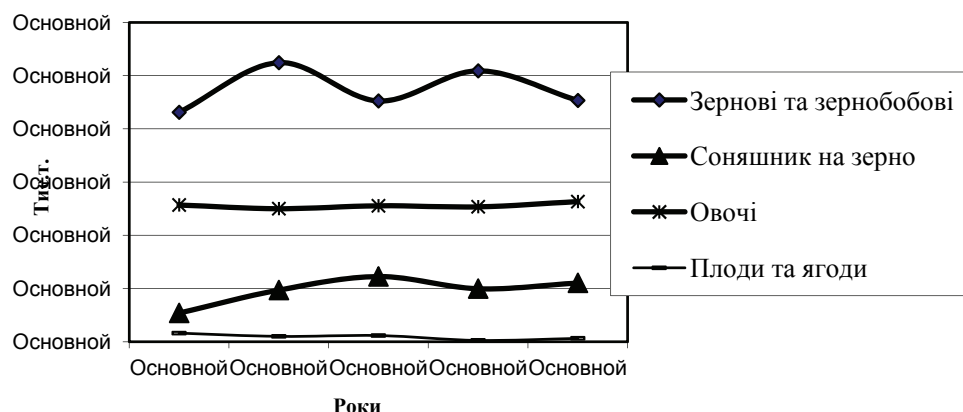


Рис.1 Динаміка виробництва основних сільськогосподарських культур продукції рослинництва

Однією з ключових задач, що стоїть перед підприємствами-експортерами харчових продуктів є підвищення якості своєї продукції у відповідності до міжнародних стандартів та забезпечення її конкурентоспроможності на зовнішніх ринках. Для ефективної роботи на зовнішніх ринках експортерам необхідно враховувати вимоги зовнішнього середовища: особливості чинного законодавства, міжнародні правила, соціально-культурне середовище, звичаї, правила валютно-фінансових розрахунків, політику та ін.

Разом з тим потребує регулювання механізм зовнішньоекономічних зв'язків на рівні держави й окремих її регіонів, який наразі є не досконалим, а митно-тарифне регулювання вимагає всебічного дослідження і аналізу

Література:

1. Головне управління статистики у Херсонській області. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://ks.ukrstat.gov.ua/>
2. Головне управління статистики у Херсонській області. Експрес-випуск. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://ks.ukrstat.gov.ua/images/stories/stat/Arhiv/express/2018/169.pdf>
3. Головне управління статистики у Херсонській області. Товарна структура зовнішньої торгівлі Херсонської області у 2017 році. Електронний ресурс.- Режим доступу: <http://ks.ukrstat.gov.ua/ekonomichna-statistika/2171-2-2-zovnishnoekonomichna-diyalnist-ta-platizhnij-balans/zovnishnya-torgovlya/1003-geografichna-struktura-zovnishnoi-torgivli-2.html>
4. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / Ю.Г. Козак, Н.С. Логвінова, В.В. Ковалевський, та ін., за редакцією Ю.Г. Козака, та ін. - 4-те вид., перероб. та доповнене - Київ: Освіта України 2012.-300 с.

ЧУМАЧЕНКО О.,

к.е.н., доцент кафедри Національної економіки та фінансів
Університету КРОК, м. Київ

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Найвагомішою складовою економічної безпеки є інвестиційна безпека, що забезпечується при дотриманні граничної норми інвестування. Організація інвестиційних процесів в умовах глобальної економіки повинна виступати основою забезпечення економічної безпеки країни в цілому. Враховуючи складність, багатогранність, динамічність заявленої тематики, зупинимося на деяких ключових характеристиках.

1. Країні необхідно сплати величезну ціну за технологічну відсталість в нову епоху глобалізації. Те, що Україна покладається на іноземні інвестиції, є одночасно доказом і обґрунтуванням її внутрішніх слабких сторін. За час незалежності Україна не спромоглася організувати жодного підприємства світового рівня. Досвід показав, що недостатньо імпортувати виробничі лінії без проведення корінних змін в галузі використання нової техніки, а саме в сфері освоєння, управління та застосування технологій на підприємствах. Для просування вперед необхідно перейти від імпорту готових систем до імпорту основного обладнання як до частини більш широкої трансформації. Країни,

що переймаються економічною безпекою, поступово відмовляються від імпорту виробничих ліній на поступовий перехід на ліцензування та передачу технологій, договорів надання консультацій та послуг, комп'ютерне забезпечення, продукцію спільних підприємств та кооперативів. [1]

2. Висока ступінь залежності від глобальної економіки є надто ризиковою, і розвиток на світових ринках повинен йти рука об руку з розвитком на національному ринку. Технологічні інновації неможливі без довгострокового державного фінансування НДДКР, які в майбутньому можуть бути комерціалізовані приватним бізнесом. Необхідно продовжувати розвивати ті навички, які забезпечують їх конкурентоздатність на світовому ринку. Зростаюча складність глобального ринку підказує не сприймати старі поняття як аксіому. Як доречно підкреслив головний економіст компанії WachoviaSecurities Джон Сільвіа, «... через глобалізацію ринку праці взаємозв'язок між економічним зростанням та зайнятістю виглядає не так як в минулому...іншими словами, моделі зруйновані назавжди». [2]

3. Уряд, який відчуває свою відповідальність за економічну безпеку держави та майбутнє свої нащадків, повинен стимулювати передачу ноу-хау через інвестиції власним високотехнологічним підприємствам шляхом надання особливих переваг та стимулів іноземним інвесторам, а саме: розташування в привабливих районах, тривалі терміни податкових канікул тощо. Передача технологій іноземними інвесторами залежить не тільки від готовності іноземців передати, але і від здатності місцевих кадрів її сприйняти. Політика руйнування промислової інфраструктури з витісненням кваліфікованої робочої сили та ІТР-кадрів за кордон надзвичайно підірвала внутрішній інвестиційний потенціал України. А подальше знищення системи профтехосвіти та реформи вищої школи призвели до нездатності частини випускників з дипломами адаптуватися до науково-технічних викликів.

4. Не можна залишитися в стороні від фінансових інвестицій, та їхнього зв'язку з економічною безпекою. На фінансових ринках найбільш динамічними та успішними є взаємні інвестиційні фонди (ВІФ), які дають можливість доступу інвесторам до вищих процентних ставок, приріст біржового капіталу. Специфіка роботи ПФ (пайових інвестиційних фондів в Україні) полягає не в прямому інвестуванні коштів у виробництво, а в здійсненні операцій на ринку цінних паперів без певних гарантій отримання доходів на вкладені кошти. По суті, структура цих фондів та специфіка їх діяльності відкривають набагато ширші можливості для фінансових афер, ніж були в арсеналі колишніх інвестиційних компаній. Не враховуючи облігацій, випущених Міністерством фінансів, виплата за якими гарантується державою, максимум, що може привернути увагу іноземного інвестора – це боргові папери емітентів, що мають позитивну історію випуску та погашення облігацій.

5. Ще один суттєвий фактор, який робить Україну як державу, несамостійною та економічно залежною, це значні боргові зобов'язання. Ситуація навколо неплатоспроможності України складається із декількох складових. По-перше, в країні залишилися лише окремі підприємства, як здатні виходити на міжнародний кредитний ринок. По-друге, проведена реструктуризація (жовтень 2015 року) фактично позбавила Україну майбутнього економічного зростання. Випущені державні деривативи: 20-річні папери відновлення вартості (VRI) передбачають нульові виплати, якщо економіка буде зростати до 3% в рік; 15% від проценту приросту ВВП, що перевищує 3%; 40% від кожного проценту зростання у випадку зростання ВВП більше ніж на 4%. Ці умови почнуть діяти після того, як ВВП України досягне позначки в \$ 125,4 млрд. Подібна політика зі сторони державних структур України негативно впливає не тільки на інвестиційний клімат в цілому, але й на економічну безпеку держави.

Основною умовою (завданням) збереження економічної безпеки інвестиційної діяльності є модернізація вітчизняної економіки, що супроводжується прийняттям системи сучасного регулювання ринку та бізнесу. Це, в свою чергу, може призвести до підвищення довіри внутрішніх та іноземних інвесторів і, відповідно, до зростання обсягів інвестицій. Ключовим питанням повинно стати якість законодавства забезпечення інвестиційного процесу та врахування існуючих реалій, а не ілюзорних фантазій окремих політиків.

Література:

1. *Сучасні перспективи розвитку систем економічної безпеки держави та суб'єктів господарювання: Монографія / за ред. проф. Мігус І.П. – Черкаси: ТОВ «МАКЛАУТ» - Черкаси, 2012. – 636 с.*

2. *Michael Forsythe, «Wall-Mart` China Goods Fuel U.S. Suppliers `Anger» International Herald Tribune, 8 July 2013.*

ШЕВЧЕНКО Г.М.,

д.е.н., доцент, с.н.с. відділу економічного регулювання природокористування ІПРЕЕД
НАНУ, м. Одеса

ПЕТРУШЕНКО М.М.,

д.е.н., доцент, с.н.с. відділу економічного регулювання природокористування ІПРЕЕД
НАНУ, м. Одеса

АКЦЕНТИ МЕТОДОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ОЗДОРОВЧОЇ РЕКРЕАЦІЇ В МІСЬКИХ АГЛОМЕРАЦІЯХ¹

Проблема розвитку рекреації в системі управління національною економікою [1] декомпонується з урахуванням різновидів діяльності щодо лікування та організованого відпочинку (оздоровлення), спорту, туризму тощо, а також у залежності від її рівня (країна, регіон, місто, район і т. д.), – в окремі проблемні питання, в яких рекреаційна система є більш регульованим об'єктом у порівнянні з її більш абстрактною «сферичною» формою на глобальному чи загальнонаціональному рівнях.

На рівні урбанізованих територій, де особливо відчувається необхідність підвищення стресостійкості та водночас продуктивності, актуальною є, передусім, оздоровча рекреація. При цьому зацікавленість у її розвитку з боку держави не менша, ніж з боку організацій чи індивідів, оскільки її мета має поряд із первинним психофізіологічним також і вторинний соціально-економічний аспект, а саме: відновлення сил у процесі використання трудового потенціалу людини.

В Україні міська агломерація є на сьогоднішній день найменш юридично визначеною, проте найбільш «трендовою» формою урбаністичних територій [2]. Оздоровча рекреація в умовах збільшення та розгортання міста, трансформації довкілля в межах агломерації, – важливий компонент зрівноваження інтенсифікації економіки та технологій за умови відсутності чи унеможливлення попередження та неадекватного реагування на соціальні та екологічні збитки.

Індикатори розвитку оздоровчої рекреації в міських агломераціях уже традиційно мають бути вмонтовані в Цілі сталого розвитку суспільства, а також відображати ситуаційні чинники урбо-рекреаційного середовища і відповідати світовим тенденціям: при збільшенні кількості та масштабів міських агломерацій – активізувати пошук інноваційних способів забезпечення в них нормальних умов роботи та відпочинку.

Література:

1. Шевченко Г. М. *Прогнозування розвитку рекреації в Україні : соціально-економічний екілібріум: монографія*. Суми: Університетська книга, 2017. 336 с.

2. Зубач Л. *Агломерації як urban-тренд для України // Новое время*. 22 грудня 2018. URL: <https://nv.ua/ukr/opinion/ahlomeratsiji-jak-urban-trend-dlja-ukrajini--2514892.html>.

ШЕРШНЬОВ Ю.Д.,

студент 2 курсу магістратури

кафедри міжнародних економічних відносин

Національний університет «Запорізька політехніка»

Науковий керівник: к.е.н., доцент А.В. Переверзева

РОЗВИТОК АГРОПРОМИСЛОВОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Сучасний етап розвитку агропромислового сектору економіки України характеризується переходом до якісно нової його стадії, що зумовлюється процесами глобалізації та євроінтеграції. Перед Україною постало завдання розв'язання надзвичайно важливої проблеми, пов'язаної з вибором та реалізацією ефективних шляхів розвитку в нових геополітичних умовах, коли дедалі відчутнішими стають наслідки впливу глобалізації. Функціонування аграрного сектору національної економіки останніми десятиріччями характеризується суттєвими системними особливостями і структурними

¹Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом (0119U103141)

зрушеннями, а саме: значна капіталізація та концентрація аграрного виробництва протягом нетривалого періоду часу, вихід країни на міжнародні ринки та позиція України як одного із найбільших виробників агропромислової продукції в Європі та на світовому рівні. На сучасному етапі здійснюється модернізація обладнання та впроваджуються новітні технології задля оптимізації використання ресурсів у агропромисловому секторі.

Зауважимо, що виокремлені позитивні зміни супроводжуються певними проблемами, серед яких варто виокремити: зниження продуктивності праці, неефективність спеціалізації виробництва у агропромисловому секторі, незначний рівень державного та суспільного контролю щодо енерго- та ресурсоемності процесів виробництва. В цих умовах виникає необхідність індустріалізації АПК на основі інноваційно-інвестиційної моделі розвитку.

Значущість агропромислового комплексу України можна проаналізувати через її потенційні можливості щодо його розвитку, які дозволять в майбутньому відновити статус «Житниці Європи» і поступово отримати звання «Годувальниця світу», призупинити вплив та активізувати приплив «мізків світу» й відповідно стати «країною інновацій».

На сучасному етапі Україна не реалізувала повністю свій агропромисловий потенціал на світовому ринку. За оцінками експертів, якщо це відбудеться, то світовий експорт зернових зросте на 15–20% [1, с. 25]. Отже, за сприятливих умов наша держава може стати житницею Європи. За географічними, ресурсними, природно-кліматичними характеристиками Україна має значний потенціал та може посісти місце держави з високим рівнем розвитку агропромислового сектору та одним з основних постачальників сільськогосподарської продукції на міжнародні ринки. Чисельність населення світу постійно зростає й за оцінками експертів [1, с. 25] до 2050 року вона може сягнути 10 млрд осіб. Глобальний дефіцит продовольства буде ще відчутнішим. Отже, в цих умовах доцільним є формування позиціонування України як «житниці Європи» та «годувальниці» на світовому рівні, що стратегічно означає можливість перетворення України на провідну європейську державу та закріпитися на ринку як ключовий постачальник якісної сільськогосподарської продукції.

Зауважимо, що значний вплив глобалізації на розвиток агропромислового сектору виявляється у змінах, які визначають перспективність та потребу збільшення обсягу виробництва та експорту сільськогосподарської продукції.

Серед головних чинників, які обумовлюють потребу трансформації у агропромисловому секторі необхідно виокремити: демографічну ситуацію, що виявляється у динамічному зростанні населення світу та необхідність підвищення рівня продовольчої безпеки. За останній період зовнішньоекономічна діяльність підприємств агропромислового сектору характеризується зростанням обсягів експорту, що дає можливість розробки та впровадження експортоорієнтованої стратегії з метою забезпечення стійкої конкурентоспроможності на світових ринках, незважаючи на постійну зміну їх кон'юнктури. Динамічний розвиток зовнішньоторговельних зв'язків потребує формування пріоритетів розвитку та механізму функціонування агропромислового сектору в умовах посилення впливу глобалізаційних процесів.

На основі вищезазначеного, зауважимо, що експортоорієнтована діяльність підприємств є ключовою передумовою розвитку АПК. Зазначене є особливо важливим для країн із перехідною економікою, для яких виражена зовнішньоекономічна політика є базою для забезпечення рівних умов визначає ефективність ресурсозабезпечення на внутрішньому ринку та можливості альтернативного їх використання на міжнародному рівні. входження до світового співтовариства.

Тобто, на сучасному етапі експортна орієнтація агропромислового сектору розширює можливості України зайняти рівноправне становище у світовому середовищі та отримати відповідну нішу на міжнародному ринку.

Підкреслимо, що основою експортної орієнтації є повнота використання експортного потенціалу країни щодо реалізації на зовнішніх ринках продукції з високою конкурентоспроможністю.

Умовами розвитку експортної діяльності є екзогенні та ендогенні чинники. До ендогенних належать інноваційні технології, трудові та фінансові ресурси, ступінь насиченості внутрішнього ринку. Серед екзогенних чинників необхідно виокремити важелі зовнішньоекономічної політики, участь у діяльності міжнародних інституцій та інтеграційних об'єднаннях, відповідність нормативно-правової бази міжнародним стандартам та правилам.

На основі вищезазначеного, необхідно зауважити, що загалом глобалізаційні чинники позитивно впливають на активізацію експортоорієнтованої діяльності підприємств, оскільки саме зростання та розвиток у агропромисловому секторі обумовлює позитивні зрушення в національній економіці. Підтвердження цього є утримання протягом тривалого періоду позитивного сальдо

зовнішньоторговельного балансу. Своєю чергою географічна диверсифікація експорту продукції АПК дозволяє зменшити чутливість національних підприємств до коливань кон'юнктури міжнародних ринків. Разом з тим вразливість національної економіки пов'язана із значною сировиною орієнтацією експорт, низьким рівнем конкурентоспроможності продукції АПК, що зумовлено значною технологічною відсталістю та недостатністю впровадження інновацій.

Таким чином, в умовах поглиблення міжнародних економічних зв'язків та активізації впливу глобалізаційних процесів об'єктивною необхідністю є вихід на міжнародні ринки та пошук своєї ніші. Головними орієнтирами та стратегічними завданнями для розвитку експортоорієнтованої діяльності підприємств є прогресивність товарної структури експорту, яка визначається зростанням частки готової продукції, впровадження новітніх технологій в процес виробництва, поживлення внутрішньогалузевої торгівлі. Зазначене реалізується в межах інноваційно-інвестиційної політики, котра повинна базуватися на оптимальному використанні наявного потенціалу суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всіх рівнях функціонування економіки, але на сучасній технологічній основі.

На сучасному етапі експортоорієнтований розвиток базується на засадах сталого розвитку, тобто соціальних, економічних та екологічних імперативах, з одного боку, а з іншого вимагає виробництва конкурентоспроможної продукції на глобальному рівні, вимоги до якого визначаються різними параметрами та формуються світовою кон'юнктурою агропромислового ринку.

Інноваційна модель розвитку економіки загалом і агропромислового виробництва зокрема передбачає динамічний розвиток усіх ланок АПК для підвищення ефективності виробничого процесу. На відміну від промислового аграрне виробництво сприйнятливим до багатьох незалежних від людини (підприємця) чинників (погодні умови, родючість ґрунту, епізоотична ситуація тощо), тому методи підвищення ефективності інноваційної діяльності в АПК в деяких випадках відповідають законам розвитку промислової сфери, а в деяких – істотно відрізняються. На розвиток АПК в Україні впливає низка додаткових чинників, наприклад, соціальні передумови, чинники економічного середовища, політико-правові та регіональні аспекти, тому ці передумови ефективного розвитку АПК України маємо сукупно враховувати для розроблення інноваційної моделі розвитку АПК і прогнозування шляхів підвищення ефективності інноваційної діяльності. Однією з найважливіших передумов ефективного господарювання під час запровадження інноваційної моделі розвитку економіки є інвестиційна політика, раціональне використання коштів, планування обігу і прогноз прибутків.

Література:

1. Кирилов Ю.Є. *Розвиток аграрного сектору економіки в умовах глобалізації* / Ю.Є. Кирилов // *Економіка АПК*. № 2016. № С. 23-29.

ШУЛЬГА М.О.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонського національного технічного університету

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Одним із найбільш важливих важелів ринкової економіки є державне регулювання. Сьогодні в умовах радикальних економічних перетворень в Україні, що характеризуються посиленням інтеграційних зв'язків країни, для підвищення конкурентоспроможності підприємств харчової промисловості вирішальне значення має сприятлива державна політика, необхідність якої зумовлена: існуючими загрозами в механізмі функціонування ринкового господарства; необхідністю пошуку більш ефективних варіантів задоволення потреб в суспільних благах; необхідністю вирівнювання зовнішніх ефектів, пов'язаних з нездатністю ринкового господарства вирішувати завдання розвитку економіки та її складових [1, с. 122].

В Україні державне регулювання у сфері харчової промисловості виявилось набагато слабшим порівняно з потребами, зумовленими економічними процесами і явищами. Держава не забезпечила ефективної підтримки суб'єктів ринку. Тому на сьогодні розвиток підприємств харчової промисловості потребує ефективного державного регулювання. Вплив держави при цьому має різноаспектне спрямування на довгострокову перспективу.

У сучасних умовах розвитку підприємств харчової промисловості державне регулювання повинно включати дієздатні інструменти для ефективної реалізації завдань, визначення яких

зумовлюється обраною стратегією регулювання, сучасним станом та перспективами розвитку харчової галузі (табл. 1).

Таблиця 1

Інструменти реалізації завдань державного регулювання діяльності підприємств харчової промисловості

Інструменти	Характеристика
законодавчо-нормативні	закони, укази, постанови, розпорядження
фінансово-економічні	податки, пільги, дотації, мито, акцизи, цінова політика, розподіл ресурсів
соціально-економічні	задоволення потреб населення, забезпечення якості та безпечності харчових продуктів, підвищення рівня життя населення, збільшення його купівельної спроможності
адміністративні	контроль, обмеження, дозволи, держзамовлення, захист конкуренції тощо
інвестиційно-інноваційні	галузеві цільові та інвестиційно-інноваційні програми, фінансування інновацій та пріоритетних напрямів розвитку галузі, контроль за використанням інвестицій, координація реалізації інноваційних програм

Джерело: аналізовано за матеріалами [1, с. 82; 2, с. 315].

Необхідність ефективного використання зазначених важелів впливає також із значення харчових галузей і для торговельного балансу та бюджетних надходжень, оскільки частка їх у Державному бюджеті України становить одну шосту, а в місцевих бюджетах – одну четверту частину загального обсягу надходжень [3, с. 3].

В умовах гострої нестачі фінансових ресурсів, необхідності значних асигнувань на проведення економічних реформ, соціальний захист населення, вирішення екологічних проблем; наявності зовнішніх боргів вирішальне значення для забезпечення сталого функціонування й ефективного розвитку харчової галузі мають наявні, але невикористані резерви підвищення ефективності, а також умови, які сприяють або ж негативно впливають на їх використання. У відповідності до специфіки агроресурсного потенціалу та спеціалізації, соціально-економічних умов регіону, розміщення харчової галузі, вони мають різну значимість у забезпеченні їх ефективного функціонування; ускладнюючі або ж сприяючі чинники використання; терміни та вагу соціально-економічних й екологічних наслідків задіяння резервів.

Наші дослідження стану, тенденцій, розвитку харчової галузі у Херсонській області дозволяють виділити в якості пріоритетних наступні з них:

- вдосконалення інституційної структури галузі;
- вдосконалення функціональної структури на основі більш раціонального використання сировинної бази та створення завершених циклів практично всіх продуктових підкомплексів, підвищення питомої ваги використання виробничих потужностей;
- розширення асортименту та підвищення якості продукції;
- вдосконалення внутрішньообласних та міжрегіональних транспортно-економічних зв'язків по ввозу-вивозу з метою підвищення територіальної мобільності продовольчих товарів;
- вдосконалення та задіяння об'єктів інфраструктури харчової промисловості і реалізації продуктів харчування.

Література:

1. Ухавеч Я.К. Роль держави у забезпеченні конкурентоспроможності продукції /Я.К. Ухавеч // Економіка України. – 2009. – №8. – С. 82-83.
2. Варченко О.М. Ринок цукру в Україні: оптимальне поєднання ринкового державного регулювання / О.М. Варченко. – К.: Наукова думка, 2004. – 315 с.
3. Кундеус О.М. Формування конкурентних переваг суб'єктів аграрної економіки під впливом іноваційних кластерів / О.М. Кундеус // іноваційна економіка. – 2010. – №1. – С. 3-9.

СЕКЦІЯ 2

БУХГАЛТЕРСЬКІЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

БАГРІЙ К.Л.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування
Чернівецького торговельно-економічного інституту
Київського національного торговельно-економічного університету

ДЕЯКІ АСПЕКТИ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

На сьогоднішній день більшість значущих для бізнес-інфраструктури економічних рішень приймаються на основі проведеної аудиторської перевірки.

Під терміном «аудит» мається на увазі незалежний аналіз бухгалтерської звітності з метою оцінки ступеня достовірності цієї звітності [1].

Аудиторські перевірки необхідні, в першу чергу, зовнішнім користувачам, які не можуть самостійно оцінити якість і достовірність поданої звітності в силу різних причин.

В даний час аудиторська діяльність практикується у всіх зарубіжних країнах, але в кожній з них має певні особливості. Розглянемо специфіку аудиту в деяких зарубіжних країнах.

Аудитор за кордоном називається по-різному. Так, наприклад, в США бухгалтер-аудитор називається суспільним або дипломованим бухгалтером, у Франції – бухгалтерами-експертами або комісарами по рахунках, в Німеччині аудиторську діяльність здійснює контролер господарства або контролер книг, у Великобританії і багатьох інших європейських країнах аудитором називається ревізор або присяжний бухгалтер.

В зарубіжних країнах аудитори можуть працювати індивідуально, але зазвичай вони об'єднуються окремі організації або фірми, так як це більш ефективно.

Іноземні аудиторські фірми включають в себе чотири категорії: «Велика четвірка», інші національні аудиторські фірми, великі регіональні аудиторські фірми, малі регіональні аудиторські фірми. Розглянемо докладніше кожен категорію іноземних аудиторських фірм.

1. «Велика четвірка»: в неї входять такі аудиторські компанії, як KPMG, Ernst&Young, PricewaterhouseCoopers і DeloitteLLP. «Велика четвірка» об'єднує найбільші в світі іноземні аудиторські компанії. Їх діяльність характеризується отриманням великих доходів, також має значну частку на світовому ринку аудиторських послуг.

2. Інші національні аудиторські фірми – це інші аудиторські компанії, які вважаються національними. Вони спеціалізуються на наданні тих же послуг, що і фірми «великої четвірки», і крім цього є їх прямими конкурентами.

3. Великі регіональні аудиторські фірми – ці аудиторські компанії є конкурентами національних фірм. Вони займаються аудиторською діяльністю в масштабах регіону. Головна особливість полягає в тому, що професійний штат в них повинен бути більше 50 чоловік.

4. Малі регіональні аудиторські фірми: до них відносяться фірми, які займаються аудиторським контролем переважно для дрібних підприємств і в окремих регіонах. Також чисельність персоналу даних фірм, в основному, не перевищує 25 осіб. Дана категорія аудиторських компаній становить приблизно 95% всіх організацій, що займаються даним видом діяльності.

В даний час з точки зору застосування різних стандартів аудиторської діяльності, країни можна класифікувати на два основних типи: на країни, які застосовують міжнародні стандарти аудиторської діяльності та на ті, які застосовують самостійно розроблені стандарти [2].

Яскравими представниками першої групи є такі країни, як Австрія, Іспанія, Франція, Німеччина. Другий тип притаманний таким англомовним країнам, як Великобританія і США.

У країнах Європейського союзу крім аудиторів, які займаються перевіркою бухгалтерських звітів і балансів, виділяють таку категорію аудиторів, як консультанти з питань оподаткування. Крім того, в Австралії існує інститут дипломованих бухгалтерів-аудиторів, членами якого можуть бути громадяни деяких азійських держав, наприклад, Малайзії, Сінгапуру, Гонконгу.

На Заході всі аудитори зобов'язані дотримуватися стандартів GAAP (принципів бухгалтерського обліку), а також GAAS (Стандартів аудиту).

Відмінною рисою зарубіжного аудиту є те, що в іноземному законодавстві існує детальна класифікація видів аудиту. Наприклад, в законодавчих актах США розрізняють наступні види аудиту: внутрішній, державний аудит, управлінський і аудит регулюючих органів. До того ж, в іноземній практиці виділяють три види аудиту: фінансовий, операційний та управлінський.

Таким чином, резюмуючи вищевикладену інформацію, можна зробити висновок, що в зарубіжних країнах аудит досить розвинений і при вдосконаленні національного законодавства необхідно взяти до уваги міжнародну практику.

До того ж, у всіх розвинених країнах громадянам, які хочуть отримати професію аудитора, необхідно пройти навчання і набути досвіду роботи, що займає чимало років, а також здати досить складні іспити.

Також на закінчення відзначимо, що основними завданнями аудиторських компаній наразі є: контроль за дотриманням законодавства, яке регулює фінансово-господарську діяльність підприємств, ведення бухгалтерського обліку, складання фінансової звітності, а також забезпечення державних органів і приватних підприємців об'єктивною інформацією про фінансовий стан того чи іншого суб'єкта господарювання.

Література:

1. Огійчук М. Ф. *Аудит: організація і методика : навчальний посібник для вузів / М.Ф. Огійчук, І. І. Рагуліна, І. Т. Новіков. – К. : Алерта, 2016. – 752 с.*
2. *Адамс Р. Основы аудита / Р. Адамс; [пер. с англ. под ред. Я. В. Соколова]. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1995. – 398 с.*

БЕРЖАНІР І.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ПРОБЛЕМИ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ

Аудит розрахунків з оплати праці є одним з найбільш трудомістких процесів аудиторської перевірки, що зумовлено тим, що ця частина обліку є досить специфічною та важкою. Дана перевірка вимагає досить прискіпливої уваги та зосередженості як самих бухгалтерів, так і аудиторів.

Заробітна плата є основним джерелом стимулювання праці і її розмір постійно змінюється, тому проведення аудиту розрахунків з оплати праці є досить актуальною темою в сучасних умовах.

Відповідно до Закону України «Про оплату праці» заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [1].

Метою аудиту розрахунків з оплати праці є надання аудитором змоги висловити свою незалежну та професійну думку про достовірність та правильність нарахування заробітної плати, правильність та своєчасність відображення інформації у фінансових звітах та облікових регістрах. Обов'язково перевіряється правильність ведення обліку нарахування заробітної плати відповідно до вимог чинного законодавства.

Найважливішими процесами в аудиті розрахунків з оплати праці є такі:

- перевірка достовірності укладання трудових угод, положення про умови праці, посадові інструкції, їх відповідність вимогам чинного законодавства;
- ознайомлення з системами та формами оплати праці, які застосовуються на підприємстві;
- встановлення правильності нарахування основної, додаткової заробітної плати відповідно до відпрацьованого часу, і розцінки за одиницю праці, перевіряється правомірність витрат відповідно до чинного законодавства;
- встановлення правильності нарахування компенсаційних та інших виплат;
- перевірка правильності здійснення нормування праці та надання відпусток;
- перевірка достовірності стану обліку розрахунків з оплати праці;
- обов'язково перевірити чи правильно нарахована допомога з причин тимчасової непрацездатності, допомоги при вагітності та пологах і дослідити правомірність надання таких допомог [2].

Взагалі, на першому етапі перевірки аудитор оцінює стан бухгалтерського обліку на підприємстві. Аудитор повинен дослідити, чи дотримується трудова дисципліна на підприємстві та

визначити, чи відповідає фактична структура підприємства його штату. На цьому етапі аудитор повинен ознайомитись з працівниками, які контролюють нарахування заробітної плати, ознайомитись із оформленням первинних документів на підприємстві та відповідності показників бухгалтерської звітності до реєстрів бухгалтерського обліку.

Після проведення усіх необхідних перевірок та спостережень, аудитор або аудиторська група згідно з результатами повинна скласти звіт та вказати у ньому всю інформацію, яка стосується виявлених порушень. Аудитор повинен вказати свої зауваження та надати рекомендації.

До можливих порушень належать:

- неправильні розрахунки по визначенню обсягів робіт;
- неправильне застосування тарифних ставок на підприємстві;
- не правильно або взагалі не ведуться таблиці обліку робочого часу;
- приховування наявних прибутків з метою ухилення сплати податків [3].

У разі виявлення порушень і помилок у бухгалтерському обліку, які призводять до викривлення та перекручення усієї звітності, до винних та причетних осіб можуть бути застосовані санкції, а також адміністративна та кримінальна відповідальність.

Основною проблемою при проведенні аудиту розрахунків з оплати праці є неправильна організація цього процесу з боку підприємства, недотримання належних нормативно-правових актів. Для вирішення цих проблем можна застосовувати такі заходи:

- розподіл підрахунків між бухгалтерами, що в свою чергу призведе до більш оперативного та якіснішого контролю за правильністю розрахунків оплати праці та всіх інших виплат;
- значної уваги потребує вдосконалення рівня застосування комп'ютерних технологій на підприємстві. При наявності професійних програм, процес проведення аудиту розрахунків з оплати праці міг би стати значно простішим і менш затратним.

Отже, аудит розрахунків з оплати праці є найбільш важливим процесом перевірки правомірності діяльності підприємства. Якщо аудит на підприємстві буде проводитись систематично, це дасть можливість достовірно оцінити стан діяльності підприємства та розвиток у ньому трудових відносин в цілому.

Література:

1. Про аудиторську діяльність: Закон України від 21 квітня 2011 р. N 3265-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 43. – Ст. 448
2. Аудит: навчальний посібник / уклад. Бержанір І. А. – Умань: ВПЦ «Візаві», 2018. – 230 с.
3. Дем'янишина О. А. Особливості обліку розрахункових операцій позик за міжнародними стандартами / О. А. Дем'янишина, І. А. Бержанір // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів», 20 квітня 2017 року, м. Вінниця. – Т. 1. – Ч. 1 – Вінниця, 2017. – С. 119–121.

ДЕМЧЕНКО Т.А.,

к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки
Уманського державного педагогічного університету

ЗНАЧЕННЯ ОБЛІКУ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Необоротні активи відіграють важливу роль у формуванні капіталу підприємства. А тому у процесі управління необоротними активами на підприємстві вирішуються такі комплекси управлінських завдань, як обґрунтування можливих форм оновлення основних засобів, визначення потреби в їх нарощенні та можливих способів розширення, формування необхідних фінансових ресурсів для придбання, підвищення ефективності використання введених в дію основних засобів. Справді вірна та обґрунтована побудова обліку необоротних активів на підприємстві має значний вплив на якість обліку та контролю в цілому.

Кваліфікованому спеціалісту одразу видно, що без уміння правильно і швидко оцінювати вартість будь-якого бізнесу, неможливо створення середнього класу власників, стійкого і динамічного розвитку ринкових умов, запобігання фінансових пірамід, економічного беззаконня, недовіри партнерів інвесторів, а в кінцевому результаті створення законного і чесного економічного мікро - та макроклімату. На такому умінні засновано функціонування економіки Німеччини, Франції, США, Японії та інших розвинутих країн.

Доцільно зауважити, що достовірність даних фінансової звітності підприємства повинна досягатись систематизацією оцінки активів підприємства, зокрема основних засобів, що забезпечені діючими правилами і нормативно-правовою базою держави.

З нашої точки зору, спосіб оцінки повинен вибиратись залежно від завдань, які вирішує підприємство та пріоритетів його розвитку, вибору об'єктивних методів оцінки, можливостей конвертації об'єкта оцінки у грошові кошти та інші.

Проблемам, пов'язаним із визначенням та застосуванням оцінки активів, зокрема основних засобів, завжди приділялось багато уваги вченими – економістами. На сьогоднішній день ці питання досі не мають єдиного вирішення, а тому залишаються такими актуальними.

Саме тому вважаємо доцільним дослідити та проаналізувати правильність вибору оцінки необоротних активів підприємств, що можливе лише при створенні системи практичних інструментів, використання яких забезпечить розкриття інформації щодо ефективного функціонування основних засобів та розробки на її основі напрямків залучення або перерозподілу ресурсів підприємства на користь більш ефективної його діяльності.

Процес організації і вибору оцінки є найбільш важливим моментом функціонування підприємства. На нашу думку, підходити до спрямованості вибору оцінки на підприємстві можна виходячи з наступних теоретичних і практичних міркувань:

- систематизація оцінки повинна свідчити про науково-дослідну природу процесу оцінки. Незалежно від того, яким є дослідження – кількісним чи якісним - воно виконується у чіткому порядку, відповідно до формальних правил у сфері дослідження економічних наук;

- об'єктом дослідження є оцінка основних засобів. Деякі види оцінки зосереджені на вивченні способів її виконання, оптимальність яких забезпечує узгодженість з визначеною практикою (наприклад, наскільки рівень залишкової вартості основних засобів підприємства відповідає рівню їх справедливої вартості, або просто з'ясуванням здатності активу приносити економічну вигоду підприємству);

- оцінка проводиться згідно з П(С)БО. За умов їх правильного тлумачення та коментарю в практичній діяльності підприємств досягається відповідність облікової вартості рівню справедливої. Незалежно від того, на чому зосереджено оцінювання активів, елемент для порівняння і ухвалення рішень є завжди. Іноді критерії, за якими приймається рішення з питання застосування відповідних методів оцінки, ефективності використання необоротних активів для підвищення інвестиційної привабливості підприємства, впливають з офіційного переліку питань з регулювання та економічної політики держави, що визначаються заздалегідь, до початку діяльності підприємства. Проте офіційні цілі є не єдиним джерелом критеріїв, що застосовуються на практиці;

- повинна бути мета, задля досягнення якої основні засоби підприємства оцінюються для забезпечення інформації для прийняття рішень внутрішніми та зовнішніми користувачами фінансової звітності [1].

Господарська діяльність вітчизняних підприємств свідчить про суттєві труднощі реалізації не тільки їх оцінки, а і контролю основних засобів як специфічного виду засобів праці на підприємстві [2]. Треба відмітити, що в сучасних умовах господарювання, відсутність належної системи контролю позбавляє управлінців достовірної інформації про фактичний стан необоротних активів, а це в свою чергу може призвести до значних зловживань з боку безпосередніх користувачів цих активів (неправомірне використання, крадіжки), необґрунтованого підвищення рівня витрат на підприємстві, а також зрушень налагодженого ритму функціонування підприємства.

Література:

1. Бернстайн Л.А. *Анализ финансов отчетности: теория, практика и интерпретация: Пер. с англ.* / [Гл. Редактор серии проф. Я.В. Соколов]. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 624с.
2. *Діяльність підприємств / Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/sze.htm.*

РОЗРАХУНКИ ІЗ ПІДЗВІТНИМИ ОСОБАМИ: ОБЛІК ТА ОПОДАТКУВАННЯ

Досить гостро сьогодні стоїть питання обліку та оподаткування розрахункових операцій з підзвітними особами.

Підзвітною особою є працівник установи, який отримав кошти для майбутніх витрат і подав звіт [1]. Характерна особливість таких відносин – це те, що вони мають особливий характер, а також причини, за якими повинні бути прозвітовані за встановленою формою перед підприємством про виконане завдання та спрямування коштів на певні витрати.

Підзвіт підприємство може передавати грошові кошти шляхом:

- видачі з каси готівки;
- при наданні можливості користуватися корпоративними картками;
- видачі через особисту платіжну картку підзвітної особи [2].



Рис. 1.Орієнтовна послідовність операцій із розрахунків з підзвітною особою підприємства

Відображення в обліку операцій з підзвітними особами – звичайне і, можна сказати, повсякденне для бухгалтерів підприємств усіх форм власності та видів діяльності.

Водночас такі господарські операції тісно пов'язані з іншими процесами: готівковими та безготівковими розрахунками, придбанням товарно-матеріальних цінностей (необоротних та оборотних активів), оплатою послуг тощо. У той же час такі бізнес-операції тісно пов'язані з іншими процесами: готівковими і безготівковими платежами, придбанням товарно-матеріальних запасів (оборотних і необоротних активів), оплатою послуг та іншим. Підзвітні касові операції можуть призвести до оподаткування та утримання заробітної плати співробітникам (якщо не дотримано вимог до звітності).

Методологічні та практичні засади організації бухгалтерського обліку не використовують можливості підвищення позитивного впливу бухгалтерського обліку і контролю за дотриманням розрахунково-платіжної дисципліни суб'єктів господарювання [3].

Тому, виникає можливість застосування санкцій регулюючими органами за порушення правових норм для розрахунку підзвітних коштів підвищує відповідальність бухгалтера за дотримання нормативних обмежень по термінах подання звітності, раціональності їх використання та відшкодування, а також точність і достовірність складання записів первинного обліку та звітності. Згідно з Податковим кодексом та Положенням про ведення касових операцій у національній валюті в Україні, затвердженим постановою Правління НБУ від 29.12.17 р. № 148 (далі – Положення № 148) розглядають тільки правила видачі коштів під звітним особам та звітності щодо їх використання [4].

На нашу думку, основні операції для розрахунків з підзвітними особами будь-якого суб'єкта господарювання представлені на рис. 1, їх може бути шість.

Для малого та середнього бізнесу деякі операції, особливо на ранніх стадіях розвитку, можуть не мати чітких меж і бути об'єднаними.

Отже, незалежно від правової основи таких «підзвітних» відносин, працівники, які отримують грошові кошти під звіт, повинні своєчасно повідомляти підприємству про їх витрачання за встановленою формою і повертати невикористаний залишок. І це дуже важливо, тому що це безпосередньо впливає на оподаткування працівника.

Література:

1. Про затвердження Порядку бухгалтерського обліку окремих активів та зобов'язань бюджетних: Наказ Мінфіну від 16.04.14 р. № 426/25203. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0426-14>(дата звернення: 14.10.2019).
2. Підзвітні кошти: видача, використання, облік. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-shkola-bughaltera-selkokozyastvenoy-otrasli-69-podotchetnye-sredstva-vydacha-ispolzovanie-uchet>(дата звернення: 16.10.2019).
3. Дем'янишина О. А. Організація і методика обліку розрахункових операцій на підприємстві. Науковий журнал «Економічні горизонти». 2018. № 2(5). С. 69 – 75.
4. Облік операцій з підзвітними особами. URL: <https://dtk.com.ua/show/3%20cid01024.html>. (дата звернення: 15.10.2019).

КИРИЛЕНКО А.В.,

студентка 4 курсу факультету обліково-фінансового
Миколаївського національного аграрного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент І.В. Барішевська

ПРОБЛЕМИ ТА РОЗВИТОК АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Ефективність функціонування суб'єктів господарювання залежить від здійснення контролю за дотриманням законів, рішень, розпоряджень. За результатами контролю встановлюється ефективність прийнятих рішень, їх доцільність, ступінь виконання. Однією із форм економічного контролю є аудит. Аудит виник в акціонерних компаніях, коли акціонери, податкові служби, кредитори розпочали пошук незалежної особи, яка могла б оцінити і підтвердити достовірність звітних даних. Аудит є важливим механізмом підтвердження об'єктивності фінансової інформації суб'єктів господарювання. Згідно Закону України, аудиторська діяльність - незалежна професійна діяльність аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності, зареєстрованих у Реєстрі аудиторів та суб'єктів аудиторської діяльності, з надання аудиторських послуг [1].

Головною метою аудиторської перевірки є перевірка правильності, законності, повноти і достовірності даних бухгалтерської звітності підприємства. До об'єктивних чинників, що зумовлюють виникнення аудиту належать:

- складність процесу формування бухгалтерської інформації і неможливість самостійної перевірки правильності облікових даних;
- розподіл прав володіння та управління власністю;
- наявність інформаційного ризику, тобто можливості наявності у звітності випадкових помилок або спотворень через несумлінність тих, хто її склав;
- тісний взаємозв'язок або незбіг інтересів категорій зацікавлених осіб стосовно однієї і тієї самої інформації [2].

Україні в цілому об'єктивно відчувається недостатність вітчизняної спеціальної літератури, а тим більше докладних розробок, посібників з проведення аудиту ефективності, що являє собою певну прогалину у формуванні його методології та вимагає науково обґрунтованих теоретичних розробок у цьому напрямі та їх практичного втілення [2].

В Україні від державних законодавчих органів створення законодавчої бази вимагає забезпечення повноцінного існування такого інституту фінансового контролю, як державний аудит.

Аудиторська спільнота має постійно роз'яснювати, що аудит – це не тільки підтвердження звітності за вимогами Державної комісії цінних паперів та фондового ринку України, а також і контрольно-правове супроводження діяльності, консультування з питань правового та договірного забезпечення і розробка системи внутрішнього аудиту [3].

Однією з найважливіших проблем недовіри до аудитора і недовіри до якості надаваних їм аудиторських послуг є недовіра викликана в першу чергу відсутністю контролю над якістю наданих послуг на державному рівні.

Проблемами розвитку аудиту, а також його прогресуючих шляхів розвитку в Україні займаються такі вчені як Мусіхіна Г. М., Жирна Ж. А., Миронова Ю. та ін [4].

Мусіхіна Г.М. виділяє такі проблеми розвитку аудиту в Україні :

- проблема сучасного аудитора та довіри до нього;
- проблема формування ціни на аудиторські послуги;
- недостатня кількість методичних розробок з аудиторського контролю [2].

Для вирішення вище зазначених проблем наведемо деякі шляхи їх подолання та перспективи розвитку аудиту в Україні:

- 1) «детінізація» економіки України, відповідно зі зменшенням обсягів «тіньового» бізнесу значення аудиту зростатиме;
- 2) розробка механізму ціноутворення на аудит та аудиторські послуги шляхом вивчення міжнародного досвіду з цього питання;
- 3) розробка внутрішніх методик аудиту, робочої документації[5].

Якість аудиторських послуг на сучасному етапі аудит потребує відповідного регулювання. Необхідно розробити кожній аудиторській фірмі внутрішні програми їх діяльності, які становитимуть опис комплексного підходу до організації технології та методики здійснення аудиту. Потрібно створити комісію, яка буде контролювати надані аудиторами послуги, а також відповідність їх законодавству.

Література:

1. "Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність" [Електронний ресурс] // Закон України. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19>.
2. Мусіхіна Г. М. Проблеми та перспективи розвитку аудиту в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=25952>.
3. Андрейко М. В. Перспективи розвитку аудиторської діяльності в Україні [Електронний ресурс] / М. В. Андрейко // Видавництво Львівської політехніки. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://www.conf.lviv.ua/wp-content/uploads/2014/12/Zbirnyk_OA_2015.pdf.
4. Очеретько Очеретько Т. І. Основні проблеми та перспективи розвитку аудиторської діяльності в Україні / Т. І. Очеретько, В. О. Євсєнко // Економічні науки. – 2013. – С. 100-105
5. Проскуріна Н.М. Проблеми розвитку аудиту в Україні / Н. М. Проскуріна // Ефективна економіка. – 2010. – №5. – С. 34-37.

ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРАРНОЇ СФЕРИ

Ефективне функціонування підприємства на пряму залежить від раціональної організації бухгалтерського обліку, під якою розуміють таку його будову, при якій він забезпечив би своєчасне виконання завдань планування, контролю, управління та надання повної правової й неупередженої інформації при мінімальних затратах засобів і праці.

На практиці організація бухгалтерського обліку зводиться до розробки облікової політики підприємства та оформленні її положень у відповідному наказі. Облікова політика підприємства є документом, в якому повинні враховуватися вимоги державного регулювання, методологічні засади бухгалтерського обліку та позиції суб'єктів підприємницької діяльності щодо їх дотримання.

Сільськогосподарські підприємства, як і інші суб'єкти господарювання, перш за все, мають визначити кількість облікового персоналу, який забезпечуватиме виконання всіх поточних завдань. Як показує практика, зазвичай одного бухгалтера мало.

Наступним кроком є вибір форми ведення бухгалтерського обліку на підприємстві. Найефективнішим та найбільш раціональним є ведення обліку в комп'ютерній формі, а саме з використанням спеціалізованих програм для підприємств аграрної сфери: 1С:Підприємство.

Позитивним явищем є доволі високий рівень автоматизації облікових процесів сільськогосподарських підприємств. Проведені дослідження показують, що для фермерських господарств проблема автоматизації процесу обліку і створення АРМ фермера вирішується набагато простіше, ніж у колективних сільськогосподарських підприємствах і кооперативах, оскільки не потребує утворення великих і громіздких пакетів програм, для роботи з якими необхідний щонайменше середній рівень кваліфікації як в обліковій справі, так і в роботі з персональним комп'ютером.

Методична частина організації бухгалтерського обліку передбачає вибір системи певних способів та прийомів, на яких базуються документування, інвентаризація, використання синтетичних та аналітичних рахунків, застосування методу подвійного запису, оцінка майна та зобов'язань, калькулювання, бухгалтерський баланс та узагальнення даних бухгалтерського обліку на звітну дату.

Розглядаючи особливості формування облікової політики на сільськогосподарських підприємствах різних організаційно-правових форм, ми дійшли висновку, що в основному значні відмінності спостерігаються серед її методичних елементів, оскільки в залежності від особливостей створення суб'єкта господарювання, формування його капіталу та розподілу прибутку з'являються особливі вимоги до відображення даних операцій в обліку.

Найбільшу увагу агропідприємства звертають на такі основні методичні елементи облікової політики:

- методи амортизації основних засобів;
- методи нарахування амортизації малоцінних необоротних активів;
- вартісна межа для віднесення матеріальних активів до складу малоцінних необоротних активів;
- методи нарахування амортизації нематеріальних активів;
- одиниці обліку запасів;
- методи оцінки вибуття запасів;
- порядок обліку транспортно-заготівельних витрат;
- методи визначення величини резерву сумнівних боргів;
- методи визначення ступеня завершеності операцій з надання послуг;
- формування собівартості продукції;
- база розподілу загальновиборничих витрат;
- порядок оцінки залишків незавершеного виробництва;
- методи обліку витрат виробництва;
- перелік пов'язаних сторін.

Методичний аспект облікової політики визначає варіанти відображення в бухгалтерському обліку та отримання інформації про факти господарської діяльності, виходячи з альтернативних способів (приймів) та специфіки діяльності підприємства. Він має надзвичайно велике значення, оскільки прямо впливає на конкурентні позиції господарюючого суб'єкта, оскільки визначені самостійно підприємством та закріплені у розпорядчому документі про облікову політику принципи оцінки статей звітності, методи обліку щодо окремих статей звітності можуть визначати величину його фінансового результату[1].

Якщо під час першого та другого етапів здійснюється організація ведення облікових записів, то третій етап – організаційний – полягає в організації роботи облікового апарату, або іншими словами – це організація бухгалтерської служби, яка всі ці роботи має виконувати.

Таким чином, процес організації бухгалтерського обліку є доволі трудомістким і вимагає ґрунтовних знань особливостей діяльності аграрних підприємств.

Література:

1. Гангал Л. С. *Організація та методика обліку у забезпеченні конкурентоспроможності сільськогосподарських формувань [Електронний ресурс] / Л. С. Гангал // Ефективна економіка. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4467>.*

НАЗАРЕНКО В.О.,

студентка 4 курсу економічного факультету
Запорізького національного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.Р. Сасенко

ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ ТА СПЛАТИ ЗЕМЕЛЬНОГО ПОДАТКУ В УКРАЇНІ

Питання нарахування, повноти та своєчасності сплати земельного податку є актуальним, так як земельний податок є важливим джерелом наповнення місцевих бюджетів, оскільки в повному обсязі зараховується до бюджетів сільських, селищних, міських рад та рад об'єднаних територіальних громад.

Платниками земельного податку є:

- землевласники, тобто власники земельних ділянок або земельних часток (паїв);
- постійні землекористувачі, тобто особи, які мають безстрокове право володіти і користуватися земельною ділянкою, яка перебуває у державній або комунальній власності.

Статтею 281, 282, 283 Податкового кодексу України визначено хто має право на застосування пільг щодо сплати земельного податку та перелік земельних ділянок, які не підлягають оподаткуванню земельним податком.

Органи місцевого самоврядування встановлюють ставки плати на землю та пільги щодо земельного податку, що сплачується на відповідній території для земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких проведено, незалежно від місцезнаходження, та для земельних ділянок, нормативну грошову оцінку яких не проведено в межах ставок, передбачених Податковим кодексом України.

Базою оподаткування земельним податком є нормативна грошова оцінка земель. Базовим податковим (звітним) періодом для сплати земельного податку є календарний рік, який починається 1 січня і закінчується 31 грудня того ж року.

Власники землі та землекористувачі сплачують земельний податок з дня виникнення права власності на земельну ділянку, а у разі припинення права власності або користування земельний податок сплачується за фактичний період перебування землі у власності у поточному році.

У разі якщо платник податків не сплачує узгоджену суму грошового зобов'язання протягом строків, визначених Податкового кодексу України, такий платник податків притягується до відповідальності у вигляді штрафу. Застосування штрафних санкцій за несплату, несвоєчасну сплату земельного податку застосовується як до фізичних так і до юридичних осіб

Проблемним питанням, є той факт, що земельний податок нараховується та сплачується з дати державної реєстрації права власності або права постійного користування на таку земельну ділянку. З цього випливає, що поки право власності чи постійного користування на землю не оформлене, земельна ділянка не повинна обкладатися земельним податком, а особа, яка нею володіє, не є платником земельного податку. А це значні суми недоотриманих доходів до місцевих бюджетів.

На нашу думку, для врегулювання вказаного питання необхідно вжити заходів щодо спонукання власників земельних ділянок до державної реєстрації право власності чи постійного користування на землю.

Література:

1. Буряковский В.В. та ін. Податки: Учебный посібник.-Дніпропетровськ., 2010.-642с.
2. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. -Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/nk>
3. Податкова система та шляхи її реформування: Навч. посібник.-К.:Парламентське вид-во, 2013.-216 с.

РОМАНЧУК А.,

к.е.н., доцент

Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ: ПРОТИРІЧЧЯ ТА ПЕРЕВАГИ

Споживча кооперація, як «унікальний» соціально-орієнтований сегмент економіки країни, завжди знаходився в полі зору науковців, які присвячували свої статті і дисертації детальному вивченню їх ефективного функціонування в різному політичному та економічному середовищі. Особливе місце в таких дослідженнях присвячено обліковим питанням, які напряду залежать від відомчої підпорядкованості та приналежності до конкретної галузі наекономіки.

За словами В. О. Озерана та П. О. Куцика, споживча кооперація України суттєво відрізняється від інших організаційних структур суб'єктів економічної діяльності. Чималий вплив такої «оригінальності» відбивається в системі бухгалтерського обліку. У практичному аспекті бухгалтерський облік має формувати інформаційну систему не лише кооперативних підприємств і організацій, але й інших підприємств, що дасть змогу користувачам оперувати даними, які потрібні для аналізу, оцінки зміни стану будь-якого суб'єкта господарювання в часі та просторі [2, с. 25-28].

Споживча кооперація України – це багатогалузева система, основними ланками якої є споживчі товариства, райспоживспілки та підприємства різних галузей господарювання. Така чітка ієрархічна будова системи споживчої кооперації впливає на організацію й виконання бухгалтерської роботи.

Грунтовним є твердження Ю. А. Вериги, яка звернула увагу на три моменти, що виділяють кооперативні підприємства серед інших з позиції облікової системи. До таких належать: 1) майно, його склад, порядок утворення (за рахунок внесків учасників, пайовиків); 2) внутрішня підпорядкованість та розрахунки між членами спілки споживчих товариств; 3) галузева особливість господарської діяльності кооперативного підприємства (торгівля, заготівля, сільське господарство, виробництво, автотранспорт тощо) [1, с.106].

Перш за все, слід відмітити, що споживчі об'єднання і спілки організують та ведуть бухгалтерський облік на загальних засадах, що визначені Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», національними обліковими положеннями та іншими нормативними документами. Проте в межах споживкооперації діє ціла низка внутрівідомчих постанов та інструкцій, що роблять «кооперативний» облік відмінним від загальноприйнятого формату. Складність бухгалтерського обліку на підприємствах кооперативних відомств полягає у значній кількості користувачів інформаційних потоків, які повинні бути сформовані так, щоб задовольнити управлінські потреби спочатку керівників Правління ССТ, потім РСТ, за ним ОСС і вже на самому верхньому шаблі – Укоопспілки.

Серед організаційних питань найбільшою «унікальністю» наділена форма обліку в споживчій кооперації. В своєму контексті вона передбачає сукупність реєстрів, які з певною алгоритмізацією фіксують факти господарського життя в системі числових параметрів. Свободи у кооперативного підприємства немає, адже з 1952 року всі представники споживчої кооперації в обов'язковому порядку застосовують книжно-журнальну форму обліку, яка на перших етапах свого використання мала назву меморіально-ордерна форма. Досвід і багаторічна практика наголошують на перевагах даної форми обліку.

Плюсом даної форми обліку є її відповідність головним принципам комп'ютерних облікових програм. Книжно-журнальною формою передбачено 10 журналів і біля 20 книг. Найчастіше журнали поєднують в собі синтетичний та аналітичний облік за конкретним рахунком, що відкидає потребу додаткового формування оборотних відомостей для аналітичних рахунків. Для записів в такі реєстри не використовують кредитовий принцип, а отже кожна операція фіксується і за дебетом і за

кредитом. Така особливість з одного боку посилює контроль через можливість звірити зустрічні суми, а з іншого – сприяє дублюванню та нагромадженню числових даних в обліковій підсистемі та збільшує кількість роботи для працівників бухгалтерських служб на кооперативних об'єднаннях.

Завершальним етапом в бухгалтерському обліку для всіх, без виключень господарюючих суб'єктів, є складання фінансової звітності. Проте для кооперативних підприємств сформовано особливий формат внутрішнього звітування через заповнення внутрісистемних звітів. Порядок їх формування регламентується Постановою Правлінням центральної спілки споживчих товариств № 478 «Про внутрісистемну звітність» від 28 грудня 2011 року.

Всі форми внутрісистемної звітності носять уточнюючий характер, оскільки їх головна мета деталізувати інформацію в потрібному для Правління ракурсі. Їх структура та інформаційний контекст визначений потребами керуючої ланки. Зі слів практиків форми внутрісистемної звітності зорієнтовані на обґрунтування стратегій подальшого розвитку всієї споживчої кооперації. Залишається тільки сподіватися, що до їх заповнення, через відсутність кримінальної та адміністративної відповідальності, відносяться з належною увагою. Варто відмітити, що деякі форми є ідентичними до звичних форм статистичної звітності, спрощуючи тим самим роботу облікового працівника.

В цілому ж, для покращення ситуації, в якій перебувають всі кооперативні товариства, необхідно приділяти максимальну увагу під час організації обліку. Адже саме він в подальшому готує інформацію для прийняття управлінських рішень, розробки стратегій розвитку, формування заходів виходу з кризи. Тому майбутнє споживчої кооперації в значній мірі залежить від злагодженості всіх підсистем управління, де значиме місце посідає бухгалтерський облік.

Література:

1. Верига Ю. А. Особливості фінансового обліку витрат в торговельних підприємствах споживчої кооперації / Ю. А. Верига, Н. В. Фірсова // *Фінанси, облік і аудит* : зб. наук. праць / відп. ред. В. Г. Лінник. – К., 2006. – С. 105–112.

2. Озеран В. О. Стан та проблеми розвитку бухгалтерського обліку в споживчій кооперації України / В. О. Озеран, А. В. Озеран // *Вісник ЖДТУ № 3, 2007: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/96245/92329.pdf>*

САМАР О.С.,

студентка 2 курсу магістратури факультету обліку та фінансів
Полтавської державної аграрної академії

Науковий керівник: к.е.н., доцент Н. А. Канцедал

ВНУТРІШНІЙ АУДИТ РОЗРАХУНКІВ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Гарантією якісного аудиту дебіторської заборгованості є науково обґрунтоване планування, що впливає на вибір відповідних аудиторських процедур. Фундаментальними завданнями аудиту розрахунків з покупцями та замовниками є: перевірка законності виникнення дебіторської заборгованості; контроль своєчасності погашення заборгованості; аналіз заходів, вжитих підприємством щодо ліквідації ситуацій, які призвели прострочену заборгованість; перевірка правильності оформлення первинних документів при розрахунках з покупцями і замовниками (особливу увагу слід звернути на наявність договорів з покупцями і замовниками, важливим є виявлення разових договорів на постачання товарів, робіт (послуг) на великі суми коштів); визначення закономірності та правильності формування та використання резерву сумнівних боргів; оцінювання якості та відповідності відображення господарських операцій у бухгалтерському обліку облікових регістрах та звітності [2].

На рис. 1 представлено модель внутрішнього аудиту операцій з покупцями і замовниками.

Джерелами інформації для проведення аудиту розрахунків з постачальниками, покупцями та замовниками, дебіторами та кредиторами є:

1. Регістри синтетичного обліку і звітність (баланс (форма № 1), Головна книга).
2. Регістри синтетичного і аналітичного обліку розрахунків (журнали-ордери № 6, 11, 8, 7; відомості № 16, 15 та ін.).
3. Первинні документи з обліку розрахунків (накладні, рахунки-фактури, договори та ін.

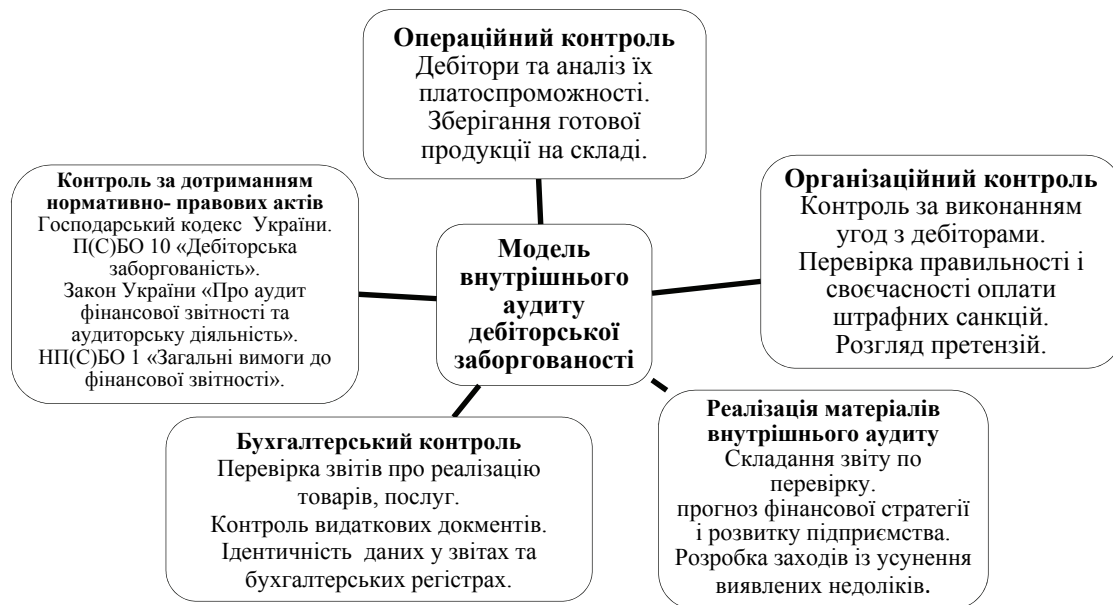


Рис. 1. Модель внутрішнього аудиту дебіторської заборгованості

Аудит розрахункових операцій виконують у такій послідовності:

- з'ясовують стан бухгалтерського обліку, фінансової звітності та внутрішнього контролю;
- оцінюють основні показники підприємства;
- проводять аналіз даних інвентаризації розрахунків, звірівши їх з фактичними даними, відображеними у Головній книзі, балансі підприємства, аналітичними даними розрахункових рахунків (звіряють залишки на початок звітного періоду, відображені в регістрах бухгалтерського обліку, із залишками, показаними у попередньому звітному періоді);
- уточнюють реальність дебіторської та кредиторської заборгованості;
- визначають правильність відображення зобов'язань в обліку;
- виявляють основні форми розрахунків з постачальниками і підрядниками;
- визначають повноту і правильність оприбуткування підприємством отриманих від постачальників запасів;
- встановлюють дотримання діючих цін і тарифів.

Процедура проведення внутрішнього аудиту на підприємствах не різниться від стандартизованих аудиторських дій проте вимагає підготовленого спеціаліста для формування супутньої та робочої документації внутрішнього аудиту. Характерну увагу варто приділяти узагальненню доказової бази за фактами виявлених недоліків у веденні, що можуть бути систематизовані у табличній формі із зазначенням виду порушення та конкретизацією відповідного документа [3, с. 124].

Перспективою подальших досліджень є деталізація змісту аудиторських процедур, що дають змогу виявити фінансові та господарські ризики невідповідності операцій з покупцями і замовниками.

Література:

1. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку : Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» від 8 жовтня 1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0725-99?lang=ru> (дата звернення: 26.09.2019).
2. Венгерук Н. П. Шляхи удосконалення методики аудиту дебіторської заборгованості. Міжнародний науковий журнал «Науковий огляд». 2014. № 4, т. 5. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/210/331> (дата звернення: 26.09.2019).
3. Ватуля І. Д., Канцедал Н. А., Пономаренко О. Г. Аудит. Практикум. Київ: Центр учбової літератури. 2007. 304 с.

СИДОРЕНКО Л.О.,

студент факультету обліку та фінансів
Полтавської державної аграрної академії

Науковий керівник: к.е.н., доцент К.В. Черненко

САЛВОН І.А.,

студент факультету обліку та фінансів
Полтавської державної аграрної академії

Науковий керівник: к.е.н., доцент К.В. Черненко

ОСОБЛИВОСТІ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ВИРОБНИКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Аграрний сектор є одним з найважливіших в економіці та стратегічно важливих для держави. Відповідно, всі засоби державного регулювання мають сприяти його ефективному функціонуванню.

Для аграрного сектору особливо відчутним засобом державного регулювання є оподаткування, яке в останній час неодноразово змінювалось. Неоднозначно сприймалися зміни сільськогосподарськими товаровиробниками, об'єднаннями, депутатами. Що потягло за собою низку негативних думок щодо майбутнього аграрної сфери.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, встановлених п. 297.1 Податкового Кодексу України, на сплату єдиного податку та з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності[2].

Спрощена система оподаткування представлена єдиним податком IV групи. З 2018 р. коло платників єдиного податку IV групи розширилося через включення до нього фізичних осіб-підприємців, які провадять діяльність виключно у межах фермерського господарства, зареєстрованого відповідно до Закону України «Про фермерське господарство» [1].

У зв'язку з розширенням кола платників цього податку до ПКУ було внесено зміни, якими встановлено час, з якого фізичні особи-підприємці вважаються платниками IV групи, порядок дій цих суб'єктів у разі невиконання умов (критеріїв) до платника єдиного податку IV групи, а також врегульовано порядок самостійного переходу на сплату єдиного податку та інші питання.

Як відомо, базою оподаткування єдиним податком IV групи визначено нормативну грошову оцінку 1 га сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень), а для земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ) – нормативну грошову оцінку ріллі в області, враховуючи коефіцієнт індексації, визначений станом на 1 січня базового податкового (звітного) року відповідно до порядку, встановленого ПКУ. Розмір ставок податку з 1 га сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель та їх розташування.

Тенденції розвитку аграрного сектору свідчать про те, що трансформаційні зміни в оподаткуванні не призвели до катастрофічних наслідків. Рослинницька галузь загалом зберегла результативність і дохідність, однак її успіхи нівелюються через сировинний характер діяльності та низьку додану вартість продукції. Водночас галузь тваринництва стабільно перебуває у кризовому стані [3].

Отже, щоб покращити ситуацію в аграрному секторі потрібно удосконалити податкове законодавства.

Необхідно забезпечити стабільність податкового законодавства. Це дозволить сільськогосподарським товаровиробникам не лише звикнути до нових правил, навчитися правильно вести звітність щодо податків загальної системи або перебудувати бізнес під вимоги спрощеної системи оподаткування, але й надасть інформацію для аналізу, висновків і пропозицій у разі необхідності подальших пошуків оптимізації оподаткування агробізнесу.

Література:

1. Закон України «Про фермерське господарство» від 15.08.2018 р. № 45 / Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 2003. URL: <https://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/973-15>. (дата звернення 30.09.2019)

2. Спрощена система оподаткування. Бухгалтер 911. 2018. №37. URL: <https://bukhalter911.com/spravochniki/prochee/sproschena-sistema-opodatkuвання-1037746.html>. (дата звернення 22.09.2019).

3. Орлова В.О. Вплив спрощеної системи оподаткування на подальший розвиток малого бізнесу. Сталій розвиток економіки. 2013. №3. С. 78–81.

СИРЦЕВА С.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування
Миколаївського національного аграрного університету

АВАНЕСОВА Е.С.,

студентка 2 курсу магістратури обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ ПДВ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ

Для забезпечення достовірності даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності підприємства необхідно обов'язково проводити інвентаризацію активів і зобов'язань.

Якщо під час проведення інвентаризації на підприємстві виявлено нестачі чи надлишки, то їх необхідно відобразити в обліку. Як правило, надлишки утворюються в результаті несвоєчасного оприбуткування об'єктів інвентаризації: основних засобів, нематеріальних активів, запасів. Це може відбутися, зокрема, з вини облікових працівників, через отримання із запізненням супровідних документів, помилок, допущених у бухгалтерському обліку [1].

Облік ПДВ при виявленні надлишків зазначених об'єктів інвентаризації залежить від способу їх отримання.

Якщо основні засоби, нематеріальні активи, запаси придбалися підприємством у неплатника ПДВ, тоді при наявності зареєстрованої в Єдиному реєстрі податкових накладних податкової накладної підприємство відображає податковий кредит. Адже право на відображення податкового кредиту в декларації при придбанні товарів (послуг) зберігається за платником ПДВ протягом 1 095 календарних днів із дати складання ПН (п. 198.6 Податкового кодексу України) [2].

У випадку, коли товари придбаються для використання або починають використовуватися в операціях, що не обкладаються ПДВ (повністю або частково) або негосподарській діяльності, податковий кредит, відображений при їх придбанні, потрібно відкоригувати шляхом нарахування податкових зобов'язань згідно з п. 198.5, 199.1 ПКУ.

Податкові зобов'язання з ПДВ нараховуються за товарами (необоротними активами):

- на дату придбання – якщо напрям їх використання на цю дату вже відомо;
- на дату початку їх фактичного використання в операціях, що не обкладаються ПДВ, або негосподарській діяльності – якщо первісно активи придбалися для використання в оподатковуваних операціях і господарській діяльності.

При цьому згідно з п. 198.5 ПКУ податкові зобов'язання нараховуються, якщо товари, необоротні активи придбалися із ПДВ. Для нарахування податкових зобов'язань оформляється зведена податкова накладна.

Облік ПДВ у випадку нестач залежить від виду активу. Так, якщо об'єкт основних засобів ліквідується за власним бажанням платника ПДВ, така ліквідація для цілей оподаткування є постачанням й обкладається ПДВ. При цьому база оподаткування визначається виходячи зі звичайних цін, але не нижче від балансової вартості на момент ліквідації об'єкта основних засобів [1].

Якщо в ході інвентаризації виявлено нестачу запасів, операція з їх списання призводить до нарахування податкових зобов'язань згідно з п. 198.5 ПКУ. При цьому базою оподаткування є ціна придбання запасів (п. 189.1 ПКУ).

Нестачі у межах норм жодним чином не впливають на податковий облік ПДВ, тому що це технологічні або природні втрати, пов'язані зі звичайними процесами здійснення господарської діяльності [3].

Якщо списуються запаси при втратах понад норми природних втрат, ПДВ нараховується згідно з п. 198.5 ПКУ на загальних підставах і без будь-яких застережень.

При списанні запасів норма п. 198.5 ПКУ застосовується для нарахування податкових зобов'язань, тільки якщо особу, винну в наднормативній нестачі, не встановлено. Якщо ж таку особу встановлено, ПДВ слід нараховувати на суму отриманого відшкодування, тому що це відшкодування розцінюється податківцями як компенсація вартості запасів, яких не вистачає. Тобто в цьому випадку ПДВ треба нараховувати, керуючись п. 188.1 ПКУ, як при звичайному постачанні.

Отже, вище казане можна зробити наступні висновки:

1. При виявленні надлишків суми ПДВ, не відображені в складі податкового кредиту, можуть бути включені до декларації протягом 1 095 календарних днів із дня оформлення податкової накладної, за умови, що така податкова накладна зареєстрована в Єдиному реєстрі податкових накладних.

2. При списанні об'єктів основних засобів слід керуватися спеціальною нормою – п. 189.9 ПКУ, а при списанні інших необоротних активів, а також запасів – п. 198.5 ПКУ.

3. Якщо особа, винна в псуванні активів, установлена і компенсує підприємству понесені збитки, тоді для нарахування податкових зобов'язань застосовується п. 188.1 ПКУ.

Література:

1. Омельницька З. ПДВ-облік результатів інвентаризації [Електронний ресурс] / З. Омельницька. – Режим доступу : <https://uteka.ua/ua/publication/commerce-12-nalogi-i-otchetnost-10-nds-uchet-rezultatov-inventarizacii>.

2. Податковий кодекс України від 11.10.2011 р. № 2755-17 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2755-17>.

3. Інвентаризація: оформлення наслідків [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.visnuk.com.ua/uk/publication/100006405-inventarizatsiya-oformlennya-naslidkiv?issue=5622.

СМУРОВА Г.С.,

студентка 4 курсу економічного факультету
Запорізького національного університету

Науковий керівник: к.е.н, доцент О.Р. Саєнко

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

Роздрібна торгівля – це сфера підприємницької діяльності з реалізації товарів або надання послуг на підставі усного чи письмового договору купівлі-продажу безпосередньо кінцевим споживачам для їх власного некомерційного використання.

Підприємства роздрібної торгівлі перебувають переважно на спрощеній системі оподаткування, яка передбачає зниження податкового навантаження та стимулювання малого підприємництва. Така система може застосовуватися як юридичними, так і фізичними особами, які повинні зареєструватися платниками єдиного податку за умови відповідності певним умовам. Так, суб'єкти господарювання в сфері торгівельної діяльності, які застосовують спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, відносяться переважно до таких груп платників єдиного податку [1]:

1) перша група – фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 300000 гривень;

2) друга група – фізичні особи – підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, продаж товарів, за умови, що протягом календарного року кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах не перевищує 10 осіб, а обсяг доходу не перевищує 1500000 гривень;

3) третя група – фізичні особи – підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 20000000 гривень.

Підприємці, які перейшли на спрощену систему оподаткування, сплачують єдиний податок і звільняються від наступних податків: податок на прибуток, податок на доходи фізичних осіб, податок на додану вартість, податок на майно. Єдиний податок надходить до місцевого бюджету і встановлюється для платників першої – другої груп у відсотках до розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня податкового (звітного) року. Так, місячна ставка податку для першої групи платників єдиного податку – у межах до 10 відсотків розміру мінімальної заробітної 45 плати (в 2018 році це 372,3 грн.); для другої групи платників єдиного податку – у межах до 20 відсотків

розміру мінімальної заробітної плати (в 2018 році 744,6 грн.). Відсоткова ставка єдиного податку для платників третьої групи встановлюється у розмірі: 1) 2 відсотки доходу – у разі сплати податку на додану вартість; 2) 4 відсотки доходу – у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку [1].

Звітність платників єдиного податку складається з: декларації єдиного податку (для платників 1 і 2 груп вона є річною, а 3 групи – квартальною), звітності по єдиному соціальному внеску (річна та щомісячна у випадку, якщо є найняті працівники), форми 1-ДФ (квартальна, якщо проводилися виплати фізичним особам).

Якщо в трудових відносинах з підприємцем перебуває найнята особа, то сплачується єдиний соціальний внесок. Так, із зарплати робітників утримуються 3,6% (база нарахування ЕСВ), а ставка нарахування залежить від класу професійного ризику виробництва. Роздрібна торгівля відноситься до 5 класу і відповідно ставка нарахування на заробітну плату становить 36,8 %. Крім того, платники єдиного податку сплачують єдиний соціальний внесок за себе в розмірі не менше 22% від мінімальної зарплати (в 2018 році – $0,22 \cdot 3723 = 819$ грн.) [2].

Із заробітної плати найманих працівників роботодавці зобов'язані також утримувати податок на доходи фізичних осіб (ставка якого 18 %) і військовий збір (ставка 1,5 %).

Не можуть застосовувати спрощену систему оподаткування фізичні особи, які займаються такими видами діяльності: роздрібний продаж підакцизних товарів (алкоголь, сигарети, пиво), торгівля виробами з дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння та інше [1]. У разі здійснення таких видів діяльності підприємці можуть перебувати лише на загальній системі оподаткування і повинні обов'язково застосовувати для здійснення розрахункових операцій реєстратори розрахункових операцій, які мають бути зареєстровані, опломбовані у встановленому порядку. При цьому щоденно друкують на реєстраторах розрахункових операцій фіскальні звітні чеки і зберігають їх у Книгах обліку розрахункових операцій. Такі підприємці зобов'язані оплатити ліцензію, акцизний податок, єдиний соціальний внесок та податок на доходи фізичних осіб.

Література:

1. Податковий кодекс України. Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування. Закон України від 08.07.2010 № 2464-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>.

Тичук Т.О.,

аспірант кафедри фінансового аналізу та аудиту
Київського національного торговельно-економічного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор В.К. Симоненко

ЕВОЛЮЦІЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ОСНОВ ОЦІНКИ ОБ'ЄКТІВ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Сучасна концепція обліку повинна ґрунтуватися на останніх досягненнях науки і практики, орієнтуватися на модель ринкової економіки, використовувати досвід країн з розвиненою ринковою економікою, відповідати міжнародним стандартам фінансової звітності.

Проте методологія бухгалтерського обліку не встигає за швидкістю змін в економіці, що не дозволяє в повній мірі реалізовувати завдання і функції обліку, призводить до відставання теорії від практики. Для подальшого розвитку теорії обліку та удосконалення його методології слід прослідкувати розвиток методик оцінки об'єктів оцінки у бухгалтерському обліку в часі та інтерпретувати існуючи на сучасному етапі.

Сучасні дослідження спрямовані на доведення положення, що оцінка є невід'ємним елементом методу бухгалтерського обліку, деталізацію класифікації оцінок, удосконалення методик оцінки окремих об'єктів обліку, на розроблення облікової політики стосовно оцінки. Фактично у них окреслено теоретичні та практичні підходи до оцінки об'єктів бухгалтерського обліку в ринкових умовах [6, с. 24].

На нашу думку, з 90-х рр. ХХ ст. почався новий етап розвитку теорій оцінки та оцінки зокрема – науково-методологічний. У цей час відбувається формування нової концепції – концепції справедливої вартості та перегляд існуючих методів оцінки та їх доцільності застосування.

Історичний етап розвитку оцінки	Характеристика етапу	Методичні підходи до оцінки та види вартостей
Vст. до н.е. (Стародавній Рим Греція, Єгипет) - XIII ст. н.е.	виникнення оцінки, вартості та ціни	собівартість
XIII - XVст. н.е (Середньовіччя)	застосування грошової оцінки усіх об'єктів обліку, визначення фінансового результату від господарської діяльності та пошук ідеальної ціни	– первісна вартість (собівартість) – ринкова вартість
XV – кінець XVIII ст.	формування основних традицій, підходів та методів оцінки активів у грошовому виразі	– первісна (фактична) вартість – ринкова вартість – продажна вартість – облікова вартість
Кінець XVIII – перша половина XIX ст.	активне створення акціонерних товариств	– балансовий метод оцінка – інвентарний метод оцінки
90 рр. XX ст. і до теперішнього часу	Формування нової концепції – концепції справедливої вартості	Поява та активне впровадження справедливої вартості

Рисунок 1 – Еволюція науково-методологічних основ оцінки

Фактично в практику бухгалтерського обліку справедлива вартість увійшла з введенням в дію міжнародного стандарту фінансової звітності (далі - МСФЗ) (IAS) 32 «Фінансові інструменти: подання» в 1995 р. На сьогодні спостерігається активне впровадження справедливої вартості для оцінки майже всіх об'єктів обліку.

Щодо сьогодення, то в практичній діяльності для оцінки активів, капіталу, зобов'язань, доходів та витрат застосовуються майже усі види і методи оцінки. Проте питання про доцільність використання справедливої, ринкової вартостей, базового чи альтернативного підходів до оцінки елементів фінансової звітності залишається відкритим і найчастіше в практичній діяльності залежить від професійного судження фахівця.

Література:

1. Бухгалтерський фінансовий облік : підручник / за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – Житомир : ЖІТІ, 2007. 608с.
2. Гордонов М. Ю. Некоторые проблемы перехода российской статистики национального богатства и основных фондов к составлению баланса активов и пассивов [Электронный ресурс] / М. Ю. Гордонов // Режим доступа : www.cisstat.com/meet-sna-2004/gordonov.htm
3. Дружиловская Э.С. Современный взгляд на историю оценки как элемента метода бухгалтерского учета [Электронный ресурс] / Э.С. Дружиловская // Вестник Нижегород. ун-та им. Н.И. Лобачевского. 2010, № 5. С. 270–276. Режим доступа: http://www.unn.ru/pages/issues/vestnik/99999999_West_2010_5%2%29/41.pdf
4. Кіндрацька Л. Теорія бухгалтерського обліку: сучасні реалії оновлення / Л. Кіндрацька // Бухгалтерський облік і аудит. – 2008. – №12. – С.30-33
5. Кірейцев Г.Г. Бухгалтерський облік та науковці, що генерують ідеї його розвитку / Г.Г. Кірейцев // Бухгалтерія в сільському господарстві, 2008, №20 (221). С. 3-7.
6. Малюга Н.М Шляхи удосконалення оцінки в бухгалтерському обліку: теорія, практика, перспективи : монографія / Н.М. Малюга. Житомир, 1998, 383 с.
7. Соколов Я.В., Соколов В.Я. История бухгалтерского учета : учебник / Я.В. Соколов, В.Я. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 272 с.
8. Супрунова І.В. Проблеми оцінки в дисертаціях українських дослідників [Електронний ресурс] / І.В. Супрунова. – Режим доступа: <http://eztuir.ztu.edu.ua/1691/1/14.pdf>

ПОТОЧНІ АКТИВИ КОРПОРАЦІЙ: МІЖНАРОДНИЙ ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Вартість підприємства в сучасних умовах управління стає головним показником, яким зацікавлені не тільки вчені, а й власники підприємства та потенційні інвестори. Прибутковість, яка характеризує ефективність підприємства на стадії управління, переходить на інший план, оскільки, на відміну від вартості, вона не відображає перспектив розвитку бізнесу, тобто здатність компанії генерувати грошові потоки у майбутньому. Серед чинників, що впливають на вартість підприємства, значне місце має вартість оборотних активів, оскільки частка поточних активів у структурі активів більшості українських підприємств є досить значною. Отже, управління поточними активами з точки зору впливу його ефективності на вартість підприємства стає особливо актуальним.

На папері концепція управління запасами виглядає досить простою. Але управління запасами на практиці набагато складніше.

Фактори, що ускладнюють процес поділяються на дві широкі категорії:

- 1) суперечливі цілі в різних сегментах компанії;
- 2) попередній характер як пропозиції, так і попиту.

Загалом вчені виділяють 3 основні моделі управління запасами:

- the Economic Order Quantity (EOQ)
- the Activity-Based Costing (ABC)
- Just-in-time (JIT)

Економічний розмір замовлення (EOQ) - це модель, яка визначає оптимальний обсяг замовлення товару, що дозволяє мінімізувати загальні змінні витрати, пов'язані із замовленням і зберіганням запасів.

Ця теорія враховує наступні припущення:

- Попит на продукт відомий.
- Час реалізації замовлення (поставки) відомий та постійний.
- Одержання товару відбувається миттєво.
- У моделі не враховуються знижки.
- Дефіцит не допускається

Ця теорія має на меті отримати однакові суми витрат на розміщення замовлення та витрат на зберігання.

ABC (функціональне калькулювання) - метод, що дозволяє класифікувати ресурси корпорації за ступенем їх важливості. Цей аналіз є одним з методів раціоналізації та може застосовуватися в сфері діяльності будь-якого підприємства. В його основі лежить принцип Парето - 20% усіх товарів дають 80% обороту. По відношенню до ABC-аналізу правило Парето може звучати так: надійний контроль 20% позицій дозволяє на 80% контролювати систему, будь то запаси сировини та комплектуючих, або продуктивний ряд підприємства.

ABC-аналіз - аналіз товарних запасів шляхом розподілу на три категорії:

- А - найцінніші, 20% - асортимент; 80% - продаж
- В - проміжочні, 30% - асортимент; 15% - продаж
- С - найменше цінні, 50% - асортимент; 5% - продаж

В залежності від цілей аналізу може бути виділено будь-яку кількість груп. ABC-аналіз - це ранжирування асортименту за різними параметрами. Ранжировать в такий спосіб можна і постачальниками, і складськими запасами, і покупцями, і тривалими періодами продажу - все, що має достатню кількість статистичних даних. Результатом ABC аналізу є об'єднання об'єктів за ступенем впливу на загальний

Принцип "точно в строк" тісно пов'язаний з складовими логістичного циклу. Отримання матеріальних ресурсів або готової продукції саме в той момент, коли в них є потреба виключає зайві запаси як у виробництві, так і в дистрибуції. Багато сучасних логістичних систем, заснованих на даному підході, орієнтовані на короткі складові логістичних циклів, а це вимагає адекватної реакції ланок логістичної системи на зміни попиту і відповідно виробничої програми.

Основними рисами цієї логістичної концепції є: мінімальні (нульові) запасами матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва, готової продукції; короткий виробничий (логістичний) цикл; невеликий обсяг виробництва готової продукції і поповнення запасів (постачань); взаємини по закупівлях матеріальних ресурсів з невеликим числом надійних постачальників і перевізників; ефективна інформаційна підтримка; висока якість готової продукції і логістичного сервісу.

Основним стандартом, що регулює рух запасів у бухгалтерському обліку підприємства згідно з МСФЗ, є МСФЗ 2 «Запаси». Цим стандартом визначається собівартість запасів, яка в бухгалтерському обліку визнається активом і переноситься на майбутні періоди до моменту визнання відповідних доходів.

Отже, вдосконалення управління оборотними активами підприємств передбачає: розробку ефективної політики управління оборотними активами, розробку і реалізацію політики цін і комерційних кредитів, спрямованих на прискорення оптимізації обсягів дебіторської заборгованості вдосконалення системи обліку і підвищення точності прогнозування, своєчасне оформлення документації, зосередження зусилля на подолання кризи неплатежів.

Література:

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (IAS) 2 «Запаси»– Режим доступу http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021

СЕКЦІЯ 3

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Бойко А.О.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики
Сумського державного університету

ЯРОВЕНКО Г.М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економічної кібернетики
Сумського державного університету

Доценко Т.В.,

аспірант кафедри економічної кібернетики
Сумського державного університету

КЛАСТЕРНИЙ ТА БІФУРКАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ РИЗИКІВ УЧАСТІ ФІНАНСОВИХ УСТАНОВ У ПРОЦЕСІ ВІДМИВАННЯ ГРОШЕЙ

Глобалізація світової економіки та формування міжнародної фінансової архітектури спричинила активізацію не тільки виробничої сфери та сфери послуг, але й призвела до значного поширення новітніх фінансових інструментів. Дані трансформації призвели й до інтенсивного розповсюдження схем легалізації кримінальних доходів. Це пов'язано з тим, що особи, які намагаються легалізувати кошти отримані незаконним шляхом, спроможні за допомогою фінансових установ однієї країни спрямувати їх різними частинами до іншої країни за дуже короткий проміжок часу. Все це, обумовлює той факт, що органи державного фінансового контролю жодної країни (розвинутої або країни, що розвивається) не спроможні забезпечити всебічну протидію легалізації кримінальних доходів. Крім того, в останні роки основними учасниками процесу легалізації кримінальних доходів в світі є фінансові установи, оскільки саме за їх допомогою можливо скривати джерело походження коштів, трансформувати їх у різні активи, змінювати місце збереження та інше.

Виходячи з актуальності теми, пропонуємо науково-методичний підхід до оцінювання ризику використання фінансових установ з метою легалізації кримінальних доходів. Підхід передбачає комбінацію кластерного аналізу та дослідження динамічної стійкості ризику на основі теорії біфуркації. Практична реалізація запропонованої методики складається з наступних етапів.

1 етап. Формування вхідної статистичної бази дослідження та її перевірка на мультиколінеарність.

2 етап. Здійснення кластеризації країн світу в розрізі оцінювання ризику використання фінансових установ з метою легалізації кримінальних доходів. Проводиться стандартизація вхідних показників, групування країн світу на 10 кластерів методом k-середніх з подальшою характеристикою кожного кластеру за допомогою статистичних показників та дисперсійного аналізу.

3 етап. Вибір релевантних показників оцінювання динамічної стійкості ризику та за допомогою методу головних компонент обґрунтування доцільності їх врахування для оцінювання динамічної стійкості. В результаті отримано чотири фактори: “Банківська таємниця”; “Внутрішньо переміщені особи, нові переміщення, пов'язані з конфліктом та насильством (кількість випадків)”; “Індекс сприйняття корупції”; “Глобальний індекс тероризму”.

4 етап. Проведення біфуркаційного аналізу групи країн, до яких належить Україна, і доведення доцільності опису динамічної системи, що знаходиться в нерівноважному стані, в розрізі ризикованості використання фінансових установ України для легалізації кримінальних доходів у вигляді фазового портрету «сідло» (формула 1):

$$\begin{aligned}
 \text{Faza}(bs_0, id_0, c_0, gt_0, dt, N) := & \left(bs_0 \leftarrow bs_0 \quad id_0 \leftarrow id_0 \quad c_0 \leftarrow c_0 \quad gt_0 \leftarrow gt_0 \right) \\
 & \text{for } k \in 0..N \\
 & \left[\begin{aligned}
 ff & \leftarrow f(bs_k, id_k, c_k, gt_k) \\
 bs_{k+1} & \leftarrow \left[bs_k + dt \cdot \left[6.0119e-8c_k \cdot gt_k \cdot id_k - \frac{1.424e-7}{(bs_k)^2} \right] \right] \\
 id_{k+1} & \leftarrow \left[id_k + dt \cdot \left[6.0119e-8bs_k \cdot c_k \cdot gt_k - \frac{0.0102}{id_k} \right] \right] \\
 c_{k+1} & \leftarrow \left[c_k + dt \cdot (-0.0082\cos(bs_k) + 6.0119e-8bs_k \cdot gt_k \cdot id_k) \right] \\
 gt_{k+1} & \leftarrow \left[gt_k + dt \cdot (-0.6136\cos(gt_k) + 6.0119e-8bs_k \cdot bs_k \cdot id_k) \right]
 \end{aligned} \right] \\
 & (bs \quad id \quad c \quad gt)
 \end{aligned} \tag{1}$$

де bs - банківська таємниця; id - внутрішньо переміщені особи, нові переміщення, пов'язані з конфліктом та насильством (кількість випадків); c - індекс сприйняття корупції; gt - глобальний індекс тероризму.

Таким чином, інструменти забезпечення економічної безпеки держави повинні базуватись на детальному дослідженні поведінки процесів, які її забезпечують або можуть порушувати. Тому система протидії легалізації кримінальних доходів повинна швидко адоптуватись та змінюватись, оскільки результати застосування запропонованого науково-методичного підходу до оцінювання ризиків використання українських фінансових установ у процесі відмивання коштів свідчать про її низьку ефективність. Існуюча система державного фінансового контролю в Україні не спроможна стримати досліджуваній ризик та не дозволити злочинцям, після мінімізації ризику легалізації кримінальних доходів, використовувати інші схеми. Актуальності в подальшому набуває розробка ефективної системи превентивних заходів легалізації кримінальних доходів, яка на основі інтелектуального аналізу даних спроможна буде ліквідувати потенційні можливості даних злочинців.

Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом «Розробка прототипу автоматизованого модуля фінансового моніторингу діяльності економічних агентів для протидії легалізації кримінальних доходів» Державного фонду фундаментальних досліджень (N держреєстрації 0119U103189). Публікацію підготовлено в межах виконання НДР «Кібербезпека в боротьбі з банківськими шахрайствами: захист споживачів фінансових послуг та зростання фінансово-економічної безпеки України» (N держреєстрації 0118U003574); НДР «Удосконалення національної системи протидії легалізації коштів, отриманих незаконним шляхом в контексті підвищення фінансово-економічної безпеки держави» (N держреєстрації 0117U002251).

БРАШАВЕЦЬКА О.В.,

студентка 3 курсу обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Т. І. Лункіна

МЕТОДИ МІНІМІЗАЦІЇ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний етап розвитку фінансової системи підприємств має проблему управління ризиками до найбільш пріоритетних, що пояснюється нестабільністю економічної ситуації в країні та постійною зміною кон'юнктури фінансового ринку. Економічна теорія не розглядає єдиного підходу до визначення сутності, особливостей прояву, класифікативних ознак фінансових ризиків та їх впливу на підприємство в цілому. Саме тому обрана тематика дослідження є достатньо актуальною і розкриває основні методи мінімізації фінансових ризиків на підприємствах. Серед дослідників-теоретиків, які зробили реальний внесок у розвиток теорії ризику, можна виділити таких вчених, як: А. Маршала, А. Пігу, Дж. Кейнса, Ф. Найта, Дж. Ньюмана, О. Моргенштерна. Дослідженням особливостей фінансових ризиків та методів управління ними присвячені праці вітчизняних вчених-економістів:

О.А Землячова [1], Л.С. Савочки [1], О.Б. Жихора [2], Ю.С. Балясної [2], Ю.Г. Кім [3], Г.Б. Машлій[4], Н.М. Шведа[4], Л.О. Коваленко[5].

Фінансовий ризик – це ймовірність виникнення непередбачених фінансових втрат у ситуації невизначеності умов фінансової діяльності підприємства. Фінансовий ризик є результатом вибору його власниками або менеджерами альтернативного фінансового рішення, спрямованого на досягнення бажаного цільового результату фінансової діяльності при вірогідності настання економічного збитку через невизначеність умов його реалізації[1]. Фінансовий ризик виникає під час фінансової діяльності чи виконання фінансових угод. До фінансових ризиків належать: валютні, інфляційні, дефляційні, ліквідності, інвестиційні [2]. До основних зовнішніх причин формування фінансових ризиків можна віднести такі: слабка та нестабільна економіка країни; економічна криза; інфляція; неефективне державне регулювання банківської облікової ставки; підвищення рівня конкурентної боротьби; зниження цін на світовому ринку; політичні чинники тощо. Всі ці причини мають зовнішнє щодо підприємства походження і тому їх підприємство контролювати не може. До внутрішніх причин формування фінансових ризиків можна віднести: підвищення витрат на підприємстві, незадовільну фінансову політику підприємства, неефективне управління витратами, доходами та фінансовими результатами [3].

Оскільки підприємство практично не може впливати на зовнішні ризики, то основну увагу необхідно приділяти внутрішнім механізмам нейтралізації ризиків, до яких належать: а) диверсифікація, що є процесом розподілу інвестованих коштів між різними об'єктами вкладення капіталу, безпосередньо не пов'язаними між собою; б) лімітування – це встановлення ліміту, тобто граничних сум витрат, продажу, кредиту тощо; в) самострахування є децентралізованою формою створення натуральних і грошових страхових фондів безпосередньо на підприємствах, особливо тих, чия діяльність піддається ризику; г) хеджування дає можливість зменшити ризик за допомогою укладення відповідної угоди. Найчастіше хеджування застосовують як засіб страхування вартості товарів або прибутку [4].

Окрім зазначених вище методів, для зменшення рівня фінансових ризиків підприємство може здійснити їхнє страхування у страхових організаціях. Страхування передбачає захист майнових інтересів суб'єктів господарювання і громадян у разі настання певних подій (страхових випадків) за рахунок грошових фондів, сформованих зі страхових внесків. Також до цього можна віднести збільшення премії за ризик, тобто чим вищим є рівень ризику тим більша норма прибутку, отримання гарантій, розроблення системи штрафних санкцій, скорочення переліку форс – мажорних обставин та ін [5].

Отже, мінімізація фінансових ризиків належить до стадій виробництва, розподілу, обміну, споживання. Без механізму нейтралізації фінансових ризиків неможливо ефективно забезпечити безперервність та ефективність процесу виробництва матеріальних благ та підтримувати належний рівень життя людей. Щоб вижити у конкурентному ринковому середовищі, підприємствам необхідно приймати нетрадиційні та сміливі рішення. Підприємства мають своєчасно ідентифікувати і правильно оцінювати рівень ризику, ефективно управляти ним з метою обмеження його негативного впливу та мінімізації обсягів фінансових втрат. Мінімізувати фінансові ризики підприємство може як шляхом установлення та використання внутрішніх фінансових нормативів у процесі розробки програми здійснення певних фінансових операцій або фінансової діяльності підприємства в цілому, так і використання зовнішнього страхування.

Література:

1. Землячова О. А., Савочка Л. С. Класифікація фінансових ризиків та методи їх зниження. Науковий вісник: фінанси, банки, інвестиції. 2012. № 3. С. 50–57.
2. Жихор О. Б., Балясна Ю. С. Управління фінансовими ризиками та методи їх нейтралізації на підприємстві. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 2011. Вип. 2. С. 149–153.
3. Кім Ю.Г. Фінансові ризики в системі фінансово-економічної безпеки підприємства / Ю.Г. Кім // Фінанси України. – 2015. – № 6. – С. 13.
4. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник/ Машлій Г.Б, Шведа Н.М. – Тернопіль: ТНТУ, 2013. – 130с.
5. Коваленко Л.О. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. / Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова. – [3-те вид., випр. і доп]. – К.: Знання, 2010. – 483 с.

ВІЗНЮК А.Я.,

студентка 4 курсу економічного факультету
Запорізького національного університету

Науковий керівник: к.е.н, доцент О.Р. Саєнко

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ПІДПРИЄМЦІВ В ПОЛЬЩІ

Крім сильної міжнародної позиції та стабільного економічного середовища, Польща привертає увагу іноземних підприємців своєю лояльною системою оподаткування, яка є однією з найоптимальніших в Європейському Союзі.

Діюча сьогодні в країні система оподаткування відповідає європейським стандартам. Вона почала формуватися в 1991 році і вважається найбільш сприятливою для розвитку бізнесу. У ній розрахунок ставки податку для власників приватного бізнесу проводиться із застосуванням прогресивної шкали. У відсотковому співвідношенні це виглядає наступним чином:

1. Податок на прибуток як ТОВ, так і членів правління компанії становить 19%;

2. VAT (є аналогом ПДВ) вноситься поквартально і при базовій ставці в 23% може бути знижений до нульової залежно від виду діяльності;

3. З готівкових коштів, що надходять на рахунок фірми, стягується 0,5%.

Крім цього, роботодавець вносить обов'язкові платежі за кожного співробітника, в вигляді пенсійних і страхових відрахувань, які складають 45% від мінімальної зарплати за кожного співробітника. Сьогодні це становить 700 злотих.

Здавати бухгалтерську документацію фірми необхідно щомісяця і щороку підсумковий звіт.

Це основні моменти принципу оподаткування, і вони зобов'язані до виконання для всіх суб'єктів підприємницької діяльності, незалежно від їх громадянства.

Що стосується ТОВ, то його може організувати навіть нерезидент при наявності у нього закордонного паспорта. При цьому допускається як його особисту участь у процесі, так і довіреної особи при наявності відповідного, нотаріально завіреного документа. Однак, є деякі обмеження. Так, одноосібним засновником товариства не може бути юридична особа. Реєструючи суспільство, потрібно обов'язково вказати як основний, так і супутні йому види діяльності (не менше 9).

Щоб відкрити фірму досить статутного капіталу близько 1100 євро. Можна не вносити його на рахунок ТОВ при реєстрації, а обмежитися підписаною декларацією. Податкове навантаження може бути істотно зменшено, якщо у суспільства буде кілька засновників. При цьому їх громадянство не має значення, так як в Польщі ставки податків для іноземців і місцевих жителів однакові.

Є деякі обмеження при створенні ТОВ в певних сферах діяльності. Організація такого бізнесу в банківській і страховій системах, пенсійного фонду або фінансового ринку можлива тільки при наявності ліцензії.

Деякі види діяльності припустимі лише при отриманні дозволу від державних органів або після підтвердження відповідної кваліфікації.

Приступити до роботи новостворена компанія зможе відразу після внесення в реєстр даних про неї і присвоєння спеціального ідентифікаційного номера.

Податкового періоду в Польщі, як і інших країнах, відповідає календарний рік, а звітність здається щомісяця або за квартал.

Література:

1. Особенности налогообложения в Польше. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://visa-svit.com.ua/blog/osobennosti-nalogooblozheniya-v-polshe/>.

2. Світовий досвід оподаткування: Республіка Польща [Електронний ресурс] // Офіційний портал Міністерства доходів і зборів України. – Режим доступу: <http://minrd.gov.ua/modernizatsiya-dps-ukraini/archiv/mijnarodniy-dosvid-rozvitk/dosvid-moder-nizachii-krain-svity/polsha/?Print>.

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент В.В. Ковальов

ДОХІДНІСТЬ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ КРЕДИТНИХ ОПЕРАЦІЙ

Однією із найважливіших умов ефективного управління комерційними банками власним кредитним портфелем є забезпечення дохідності та рентабельності здійснюваних кредитних операцій. Кредит як економічна категорія містить об'єктивну необхідність ефективного використання позичених коштів, оскільки вони мають бути не лише збережені позичальником, а й повернуті з приростом.

Кредитні операції складають основу банківських активів, тому їх стан визначає можливість ефективного функціонування банківських установ на ринку фінансових послуг. Однією із найбільш важливих складових процесу формування банківського кредитного портфеля має бути наявність певної системи показників, що надають можливість проводити аналіз ефективності кредитної діяльності банку [1, с.14].

Комерційний банк зацікавлений надати позику клієнту за умови, коли буде впевнений у ефективному використанні останнім позичених коштів, що є ключовим фактором забезпечення їх своєчасного повернення [2, с.198]. Головним моментом у процесі оцінки ефективності кредитних вкладень видається необхідність правильного визначення результату, отриманого від їх використання. Даний результат має характеризувати певні кількісні і якісні зміни у діяльності суб'єктів грошово-кредитних відносин.

Формування кредитного портфеля комерційного банку повинно супроводжуватися постійним контролем за якістю сукупних кредитних вкладень, який здійснюється на основі розрахунку й аналізу системи коефіцієнтів, котрі оцінюють ефективність кредитних операцій, а відтак і структуру кредитного портфеля в плані її оптимальності [3, с.71].

Аналіз будь-яких операцій повинен завершуватись оцінкою їх ефективності, аналізом їх дохідності та рентабельності. Як зазначалося вище, дохід від кредитної діяльності банку традиційно має найбільшу питому вагу в загальній структурі доходів банку.

Аналіз ефективності кредитної діяльності банку проводиться за допомогою системи показників:

- рентабельність кредитних операцій;
- дохідність кредитних операцій;
- прибутковість кредитних операцій;
- питома вага доходів від надання кредитів у загальній сумі [4, с.298].

Рентабельність кредитних операцій може бути проаналізована за допомогою низки показників, які доповнюють один одного. Цей показник характеризує ефективність обраної політики щодо регулювання співвідношення між ціною ресурсної бази та ціною розміщення ресурсів. Зростання даного коефіцієнта характеризує високу якість менеджменту в банку.

Дохідність кредитних операцій розраховується відношенням доходів від кредитних операцій до середніх кредитних вкладень. За ідеального стану кредитного портфеля, коли всі кредити будуть повертатись повністю, а відсотки сплачуватись згідні з договором, цей коефіцієнт дорівнюватиме відсотковій ставці за кредитами [5, с.33].

Коефіцієнт прибутковості свідчить про те, скільки отримано доходу (прибутку) від кредитних операцій на кожну гривню, вкладену в активи. Зростання цього показника швидшими темпами порівняно з показником дохідності свідчить про зростання ефективності кредитних вкладень.

Частка доходів від надання кредитів показує питому вагу доходів, отриманих банком від надання кредитів порівняно з доходами від інших операцій. Якщо коефіцієнт питомої ваги кредитних доходів вищий коефіцієнта питомої ваги кредитів у дохідних активах, це свідчить про те, що ефективність кредитних операцій вища, ніж ефективність інших банківських операцій [6, с.246].

В умовах розвитку банківської системи України комерційні банки мають дотримуватися зваженої, реалістичної стратегії подальшого розвитку, дбати про свою фінансову надійність, і прагнути до отримання максимального прибутку за мінімального ризику здійснюваних операцій.

Таким чином, постійний аналіз кредитних операцій є засобом досягнення належної дохідності кредитних вкладень, ефективності сформованого банком кредитного портфеля, ефективного

управління процентним ризиком, що є ключовими параметрами у реалізації стратегії стійкого розвитку та розширення напрямів кредитної діяльності.

Література:

1. Вовк В. Я. *Кредитування і контроль: навч. посіб.* / В. Я. Вовк, О.В.Хмеленко. – К.: Знання, 2017. – 57 с.
2. Гуляєва Л. П. *Роль банків у забезпеченні функціонування підприємств реального сектора економіки* / Л. П. Гуляєва // *Формування ринкових відносин в Україні.* – 2016. – № 9. – 383 с.
3. *Кредитування та ризики: навч. посіб.* / М. П. Денисенко, В. М. Домрачев, В. Г. Кабанов та ін.; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. – К.: Професіонал, 2017. – 145 с.
4. Марцін В.С. *Економічний зміст відносин у сучасній моделі банківського кредитування [Текст]* // *Вісник Університету банківської справи Національного банку України.* – 2016. - № 1. – 378 с.
5. Примостка Л. О. *Аналіз банківської діяльності: сучасні концепції, методи та моделі : монографія* / Л. О. Примостка. – К. : КНЕУ, 2016. – 71 с.
6. Стрельников М. Д. *Основні проблеми отримання кредиту і шляхи їх рішення* // *Консультації.* – 2017. – № 42. – С. 245-249.

ГОЛОВАНЬ Д.В.,

к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

АКТУАЛЬНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ВИЗНАЧЕННЯ ВАРТОСТІ ГРОШЕЙ У ЧАСІ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Концепція зміни вартості грошей у часі відіграє центральну роль в практиці фінансових обчислень і висловлює необхідність врахування фактору часу при здійсненні довгострокових фінансових операцій шляхом оцінки та порівняння вартості грошей на початку фінансування проекту та при їх поверненні у вигляді майбутніх грошових надходжень.

Відомо, що вартість грошей з плином часу змінюється з урахуванням норми прибутку на фінансовому ринку, в якості якої зазвичай виступає норма позичкового відсотка. Таким чином, одна і та ж сума грошей в різні періоди часу має різну вартість. При цьому вартість грошей в даний час завжди вище, ніж в будь-якому майбутньому періоді. Ця нерівноцінність визначається дією трьох основних чинників: інфляцією, ризиком неотримання доходу при вкладенні капіталу й особливостями грошей, що розглядаються як один з видів оборотних активів.

Інфляція – явище, властиве практично будь-якій економіці. Негативне відношення до неї, яке існувало в нашій країні протягом багатьох років, не є коректним. Перманентне знецінення грошей, що відбувається в умовах інфляції, викликає, з одного боку, природне бажання влади їх в певні активи, тобто в деякій мірі стимулює інвестиційний процес. З іншого боку, це частково пояснює, як відрізняються наявні гроші і ті, що очікуються до одержання в майбутньому.

Ризик недержання очікуваної суми є іншою вагомою причиною, згідно з якою будь-який договір, за яким очікується надходження грошових коштів в майбутньому, має певну ймовірність бути невиконаним взагалі або виконаним частково.

Оборотність (здатність грошей до ліквідності) існує тому, що в ринковій економіці грошовий сектор розпадається на дві складові (гроші як капітал і гроші як гроші).

Грошова одиниця, яка є сьогодні, і грошова одиниця, яка очікується до одержання через деякий час, не є рівноцінними. Є принцип, який діє незалежно від зміни загального рівня цін: мати певну суму грошей сьогодні завжди краще, ніж мати її завтра.

Основними категоріями фінансового аналізу є проценти і процентна ставка. Процентна ставка виконує дві важливі функції: з одного боку, процентна ставка – це ціна на гроші (норма позикового, депозитного процента); з іншого боку, процентна ставка – це міра, показник ефективності фінансової операції.

Існує два методи визначення вартості грошей у часі: за простими відсотками, за складними відсотками.

Простий відсоток являє собою суму доходу, що нараховується до основної суми грошового капіталу в кожному інтервалі загального періоду його використання, по якій подальші її перерахунки не здійснюються. Нарахування простого відсотка застосовується, як правило, при короткострокових

фінансових операціях. Оцінка вартості грошей за простими відсотками використовує найбільш спрощену систему розрахункових алгоритмів.

Складний відсоток являє собою суму доходу, що нараховується в кожному інтервалі загального періоду його використання, яка не виплачується, а приєднується до основної суми грошового інтервалу і в подальшому платіжному інтервалі сама приносить дохід. Нарахування складного відсотка застосовується, як правило, при довгострокових фінансових операціях (інвестуванні, кредитуванні тощо). Оцінка вартості грошей за складними відсотками використовує більш широку і більш ускладнену систему розрахункових алгоритмів. При оцінці вартості грошей у часі за складними відсотками необхідно мати на увазі, що на результат оцінки впливає не тільки використовувана ставка відсотка, а й число інтервалів виплат протягом одного і того ж загального розрахункового періоду. Іноді виявляється більш вигідним інвестувати гроші під меншу ставку відсотка, але з великим числом інтервалів протягом передбаченого періоду платежу.

Таким чином, вартість грошей у часі – це концепція, в основі якої лежить твердження, що рівні суми грошей у різний час мають різну вартість. При її практичній реалізації необхідно враховувати чинники інфляції та фінансового ризику для порівняння теперішньої і майбутньої вартості грошових коштів.

Методи оцінки вартості грошей у часі розглянуті у багатьох джерелах, зокрема [1-3], але важливим є дослідження функціонування грошей у часі з метою їх використання для підприємств харчової промисловості.

Харчова промисловість є однією з найбільших галузей промисловості. Економічну ефективність цієї галузі визначає рівень цін на продовольчі товари. Урахування вартості грошей у часі у харчовій промисловості сприятиме зростанню продуктивності цієї галузі, а отже і підвищенню рівня економічного розвитку країни і рівня життя населення.

Таким чином, актуальним є аналіз методів визначення вартості грошей у часі для підприємств харчової промисловості.

Література:

1. Нестеренко, Ж.К. Економічний аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства: навчальний посібник /Ж. К. Нестеренко, А. В. Череп. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 122 с.
2. Економічний аналіз: навч. посіб. / Є.П. Кожанова [таін.]. – Харківський національний економічний ун-т. – 3-є вид., допр. і доп. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2009. – 344 с.
3. Івахненко, В.М. Теорія економічного аналізу: навч. посіб./ В.М. Івахненко. – М-во освіти і науки України. – К.: Слово, 2010. – 352 с.

ДАНИЛЕНКО М. Є.,

студентка 4 курсу економічного факультету
Запорізького національного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.Р.Сасенко

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ ТА ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ НАДХОДЖЕНЬ

Сучасний стан місцевих бюджетів характеризується дефіцитом фінансових ресурсів на місцевому рівні, який на сьогодні неможливо усунути без чітких стратегічних дій державної та місцевої влади. Зменшення бюджетного привели до поглиблення існуючих проблем на місцевому рівні.

Місцеві податки і збори, згідно з положеннями Бюджетного кодексу України, відносяться до власних доходів місцевих бюджетів, які не враховуються при визначенні обсягів міжбюджетних трансфертів, і тому суттєво впливають на фінансову самостійність місцевих бюджетів. Органи місцевого самоврядування в межах своєї компетенції мають право запроваджувати пільгові податкові ставки, повністю скасовувати окремі місцеві податки і збори або звільняти від їх сплати певні категорії платників та надавати відстрочки у сплаті місцевих податків та зборів [1].

До основних проблем у сфері формування місцевих бюджетів, у першу чергу, постають такі пункти:

1. Нестабільність доходної бази;
2. Недостатнє фінансування з державного бюджету;

3. Відсутність ефективного правового поля, яке б відповідало сучасним умовам;
 4. Відсутність прав органів місцевого самоврядування щодо запровадження на своїй території власних податків і зборів;
 5. Невеликий перелік місцевих податків і зборів;
 6. Незначна фіскальна роль місцевих податків і зборів;
- Недосконалість міжбюджетних відносин, що зумовлена їх невідповідальністю швидким змінам, що відбуваються [2].

В основу удосконалення діючої системи місцевого оподаткування можуть бути покладені основні положення проекту Податкового кодексу України, а також проекту Закону України «Про місцеві податки та збори».

Існування проблем в першу чергу зумовлюють виникнення дисбалансу в самих місцевих бюджетах, а саме виникає дефіцит бюджетних коштів, по-друге не вирішуються важливі життєві проблеми людей, відбувається занепад всього місцевого господарства.

Для вирішення проблем, що виникають при формуванні місцевих бюджетів в Україні доцільно зробити:

1. Вдосконалити існуючу нормативно-законодавчу базу або розробити нову яка б могла чітко регулювати та визначати процес формування і використання фінансових ресурсів місцевих бюджетів;
2. Реформувати місцеве оподаткування, а саме переведення деяких податків з розряду загальнодержавних в місцеві для того щоб збільшити надходження до місцевих бюджетів, встановити більш справедливий міжрегіональний розподіл частки податків;
3. Чітко дотримуватись бюджетної дисципліни, що має відбитися в доцільному використанні бюджетних засобів;
4. Застосувати режим жорсткої економії бюджетних коштів;

Таким чином, застосувавши запропоновані заходи можливо досягнути успішного вирішення існуючих проблем.

Література:

1. Буряченко А.С. Переваги та недоліки боргового фінансування місцевих потреб Буряченко А.С.// Фінанси, облік і аудит. - 2009;
2. Деркач М.І., Литвин М.В. Впровадження світового досвіду формування дохідної частини місцевих бюджетів в Україні / Деркач М.І., Литвин М.В. // Економічний простір. - 2011;

ДУБРОВ В.Г.,

студент 2 курсу магістратури

Навчально-наукового професійного-педагогічного інституту

Української інженерно-педагогічної академії

Науковий керівник: к.е.н., доцент А.М. Чепеленко

СТАН ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Державно організоване суспільство ніколи не могло і не зможе обходитись без такого важливого соціального інституту, як податкова система.

Аналіз стану податкової системи України за міжнародними рейтингами в контексті рейтингу Pricewaterhouse Coopers (PwC), Україна належить до десяти країн з найскладнішими податковими системами.

Опублікований у 2019 році новий рейтинг PayingTaxes свідчить про те, що податкове навантаження на економіку в Україні у 2018 році знаходиться на рівні 27,7% (за номінальним ВВП) та 33% (за реальним ВВП), тоді як у країнах Центральної та Східної Європи (ЦСЕ), які входять до ЄС, - 30%. Однак, у 2018 році Україна втратила відразу 11 позицій за критерієм «оподаткування» і вибула з топ-50 країн за легкістю сплати податків.

Аналіз доходів зведеного бюджету України дає можливість стверджувати, що частка податкових надходжень протягом 2012-2018 рр. знаходилась у межах 78 - 83% доходів зведеного бюджету України, неподаткові надходження – 15 - 21 %, доходи від операцій з капіталом – 0,2% - 0,67 (з тенденцією зниження з 0,67% у 2012 році до 0,24% 2018 році), офіційні трансферти від урядів зарубіжних країн та міжнародних організацій - 0,05% - 1,18% (1,18% у 2014 році з тенденцією до зниження у 2018 році до

0,13%) і доходи від цільових фондів – 0,07% (2018р.) - 3% (у 2017р). Таким чином, податкові надходження виступають домінуючим джерелом наповнення зведеного бюджету України, частка яких становить близько 75% усіх доходів. Слід, також, зауважити, що у 2018 році відбулось зростання податкових надходжень майже в 1,3 рази (27,95 %) у порівнянні з попереднім роком. Такому зростанню сприяло збільшення у 2018 році обсягів податку на доходи фізичних осіб на 204,81%, податку на прибуток підприємств на 44,7%, податку на додану вартість на 19,3%, акцизного податку з вироблених в Україні підакцизних товарів (продукції) на 7,27% акцизного податку з ввезених на митну територію України підакцизних товарів (продукції) на 13,43%, ввізного мита на 11,13% та місцевих податків на 14,55%. Таким чином, основними бюджетоутворюючими податками стали податок на додану вартість, податок на доходи фізичних осіб та податок на прибуток підприємств.

Також, слід звернути увагу на стрімку від'ємну динаміку темпів приросту рентної плати та плати за використання інших природних ресурсів (зниження з 10,41% у 2017р. до (-2,12 у 2018р.)) та рентної плати за транспортування, збори на паливно-енергетичні ресурси (зниження з 9,69% у 2017р. до (-2,03 у 2018р.)).

Загалом, на основі проведених розрахунків, можливо стверджувати, що структура доходів зведеного бюджету України не зазнала суттєвих змін та є збалансованою, а саме, податкові надходження виступають домінуючим джерелом наповнення бюджету держави.

Розрахувавши рівень податкового навантаження в Україні протягом 2012-2018 років виявлено, що спостерігається тенденція до зростання рівня податкового навантаження протягом 2015-2018 рр. Така ситуація свідчить про поступове зростання загальних витрат суб'єктів господарювання та тенденцію стимулювання існуючого тіньового сектору економіки.

На сьогодні в Україні реальний рівень податкового навантаження нижчий від середньосвітового показника та показника розвинених країн, адже віддача податкової системи для громадян є низькою. Також, враховуючи показники рейтингу «Paying Taxes 2019», податкова система України з кожним роком удосконалюється, покращивши значну частину ключових показників, проте залишається проблема адміністрування податків, а саме занадто довгий час виділяється на підготовку та подачу податкової звітності та сплату податків.

Отже, дослідження податкових надходжень є основою для здійснення оцінки стану податкової системи загалом. Проведений аналіз свідчить, що частка податкових надходжень у зведеному бюджеті постійно коливається, що є наслідком недосконалості сфери оподаткування в Україні, постійних змін структури податкової системи та механізму справляння основних податків, загальної нестабільності економічної ситуації в країні.

Література:

1. Чепеленко А.М. *Розвиток гео економічних відносин в умовах геополітичної нестабільності* / А.М. Чепеленко // *Problems of social and economic development of business Collectivemonograph*. – PublishingHouse «BREEZE», Montreal, Canada, 2014 – P.194-199.

2. *Chepelenko A., Novichenko O. Taxes in the financial mechanism of the state* / A. Chepelenko, O. Novichenko // *Бірыңғай ғылыми және білім кеңістігінің қалыптасу жағдайларындағы студенттік ғылым // Студенттер мен жас ғалымдардың VI халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдарының жинағы Қазақстан, Өскемен қаласы, 14 наурыз 2019 ж. Өскемен 2019*. – P. 948-950.

3. *Paying Taxes 2019* [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<https://www.pwc.com/gx/en/paying-taxes/pdf/pwc-paying-taxes-2019.pdf> – Назва з екрану.

Задворних С.С.,

к.е.н., головний спеціаліст відділу економіки з питань інвестиційної діяльності
Виконавчого комітету Дрогобицької міської ради

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ЗАГРОЗИ РОЗВИТКУ БЕЗГОТІВКОВОГО СУСПІЛЬСТВА

Одним з основних викликів, які постають перед сучасною фінансовою системою є реформування грошового обігу, оскільки обслуговування готівки стає все дорожчим, що пов'язано зі зниженням обсягів її використання на користь електронних грошей, та значна кількість експертів свідчить про те, що саме готівка є головним інструментом, який використовується для тінізації економіки та економічної злочинності [1]. Проте здебільшого такі твердження не є обґрунтованими і не містять розрахунків.

Дослідження науковців довели, що навіть у Швеції, яка має найнижчі обсяги готівки в обігу, мешканці не хочуть переходити до безготівкового суспільства, проте банки їх змушують до цього, створюючи умови, коли підприємцям стає не вигідно приймати готівку і нею майже неможливо скористатись. В. Еріксон – колишній Президент Інтерполу і діючий начальник національної лоббі групи служби безпеки – стверджує, що існує змова банків з ціллю знищити готівку. У них на меті є підвищення рівня власного доходу та досягнення контролю за суспільством [2]. Того ж висновку доходять і уряди інших країн, у зв'язку з чим в окремих країнах уряди почали протидіяти масовому використанню електронних грошей, зокрема Данія та США [3].

Також скасування готівки призведе до деструктивних наслідків в таких аспектах: психологічному, соціальному, безпеки, трудовому, економічному, технічному. Розглянемо найсуттєвіші з них. Перш за все, це втрата людьми права на приватність життя та конфіденційність інформації. Щодо цього экс-президент Федерального конституційного суду Німеччини Г.-Ю. Папір висловив думку, що той, хто позбавляє людей готівки, створює тим самим неправомірне втручання у сферу прав і свобод, зокрема в свободу договору і приватну автономність [4].

Запровадження виключно електронних розрахунків потребує стабільного і якісного доступу до Інтернету на всій території країни, чого досягнути на сучасному етапі не вдалось, особливо в депресивних і аграрних зонах. Також у випадку стихійних лих чи надзвичайних ситуацій населення опиняється у безвиході. Значна частина населення не може користуватись електронними системами у зв'язку з фізичними вадами, психічними розладами чи іншими особливостями. Такого населення в світі близько 17-20%. Крім того, позбавлення людей похилого віку звичних речей нерідко призводить до розвитку психічних розладів чи деменції. Електронні системи є доволі вразливими, незважаючи на рівень їх захисту. Пошкодження вузлів передачі даних чи ретрансляції, може залишити значні території без доступу до Інтернету, пошкодження серверів – до втрати даних, в тому числі і про рахунки. В такому випадку люди втрачають все. Виведення готівки з обігу призведе до масових скорочень працівників, як фінансової та банківської сфери, так і технічних спеціальностей, які були зайняті в процесі виготовлення, обслуговування, підтримки, зберігання та її постачання, а також падіння тих секторів виробництва, які займались виготовленням обладнання та продукції, пов'язаної з готівкою.

Рівень злочинності при скасуванні готівки не знизиться. За результатами аналізу Ф. Шнайдера, максимальний обсяг тіньової економіки, який скоротиться в безготівковому суспільстві становитиме 15%, а Д. Штелер доводить, що тіньові операції та злочинні елементи почнуть використовувати інші доступні і в такому суспільстві засоби [5]. Необхідно зазначити, що і на сучасному етапі все більше підприємств починає використовувати легальні схеми відмивання грошей, зокрема і офшорні зони, за рахунок чого бюджети держав зазнають значних збитків. Також стрімко розвивається економічна кіберзлочинність і її обсяги з кожним роком збільшуються. При переході до безготівкового суспільства основна маса кібератак та злочинів буде направленою на простих мешканців, оскільки вони зазвичай не можуть і не вміють їм протистояти. В економічному контексті перехід до безготівкового суспільства призведе до збільшення витрат населення за рахунок додаткових та прихованих платежів, відміни поняття депозитів, оскільки банкам не потрібно буде додатково залучати кошти клієнтів, збільшення часу на обслуговування клієнтів (експериментально було доведено, що готівка наразі є найшвидшим способом здійснення платежу) призведе до здорожчання товарів внаслідок додаткової оплати праці касирів в магазинах. Також при встановленні від'ємної ставки національної валюти чи кризових явищах виведення фінансової системи на нормальний рівень буде значно дорожчим для уряду та суспільства, а також проблематичнішим, оскільки всі існуючі методи та механізми регулювання фінансової системи та її стабілізації створені для готівкового суспільства.

Таким чином, доходимо висновку, що на сучасному етапі перехід до повністю безготівкового суспільства матиме глибокі деструктивні наслідки для фінансової системи та населення.

Література:

1. *What Would Happen Without Cash?* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gocashless.org.uk/what-would-happen-without-cash2>.
2. *Poppe M. Schweden ohne Bargeld „Leute bewahren ihr Geld in der Mikrowelle auf“* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.focus.de/finanzen/banken/schweden-verstecken-ihr-geld-in-der-mikrowelle-leute-bewahren-ihr-geld-in-der-mikrowelle-auf_id_5059087.html.
3. *Murphy D. M. Philly City Council votes to ban cashless stores* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://whyy.org/articles/fate-of-cashless-philly-stores-hangs-on-city-council-vote>.

4. Reinhard M. Kommentar: Ohne Bargeld ist die Freiheit der Bürger ernsthaft gefährdet [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mainpost.de/ueberregional/meinung/leitartikel/Kommentar-Ohne-Bargeld-ist-die-Freiheit-der-Buerger-ernsthaft-gefaehrdet;art9517,10304453>.

5. Ökonomen analysieren Warum die Welt ohne Bargeld nicht funktioniert [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.handelsblatt.com/politik/konjunktur/oekonomie/nachrichten/oekonomen-analysieren-warum-die-welt-ohne-bargeld-nicht-funktioniert-seite-2/3752086-2.html?ticket=ST-28646411-S03Dzr34nxIpqaUGHAZ9-ap6>.

ZAPOTICHNA R.,

Lecturer at the Department of Foreign Languages and
Professional Speech Culture
Lviv State University of Internal Affairs

TRENDS AND ISSUES IN MULTINATIONAL BANKING

A decade after the global banking crisis 2019 looks like it could be a year of tipping points in the evolution of the industry. The banking industry worldwide is being transformed. The global impulses for change include technological innovation; the deregulation of financial services both at host and home countries levels and opening-up to international competition; and - equally important - evolution of corporate behaviour, such as growing disintermediation and increased emphasis on shareholder value. In addition, recent banking crises in Asia and Latin America have highlighted these pressures. The multinational banking in central Europe and Latin America have also been transformed as a result of privatizations of state-owned banks that had dominated their banking systems in the past.

Thus, the main trends in multinational banking are as follows: the rise of South–South banking, regionalization, the shift toward alternative sources of funding, dramatic increase in bank size, adopting increasingly restrictive policies, expansion of Chinese banks.

Postcrisis supervisory and regulatory reforms intended to enhance bank balance sheets and financial stability, such as more stringent capital requirements for banks and macroprudential regulations, have been at least partially responsible for these changes, affecting the supply of credit. During the crisis, banks also reduced lending as demand for external financing abroad declined, and sovereign and other risks increased. In addition, the crisis highlighted the need for greater cooperation in resolving troubled banks with multinational operations and a more explicit ex ante understanding of the associated burden sharing. More generally, the regionalization of international banking is prompting countries to contemplate regulatory and supervisory approaches [1].

Open Banking regulations from Europe to Hong Kong, Australia, Singapore, and - soon - Canada are fragmenting traditional retail asset and liability gathering in most markets. Open Banking – a term for common interfaces among banks and other third parties to facilitate more competition – creates new business opportunities. For decades, banks have sought to become more “vertical,” offering services from top to bottom. Now many new entrants want to be “horizontal,” dominating a lucrative specialty. They’re going after things like account aggregation (like Yolt in the UK) or back-office enablement (Cross River in the US and Clear Bank in the UK). Some are seizing upon esoterica - ‘The Narrow Bank’ arbitrages the US Federal Reserve deposit rate for corporate depositors. In response to Open Banking, the UK already has 62 registered third-party providers, all of whom plan to take advantage of a fragmenting value chain. Stripe, a 7-year-old specialist payments, now commands a valuation within touching distance of Deutsche Bank – a sign that horizontal can be very attractive. We will undoubtedly see more fragmentation in 2019 - along with, undoubtedly, efforts to re-bundle those components [2].

To sum up, multinational banking can have important benefits for development by improving efficiency and risk sharing, but benefits do not accrue unless the institutional environment is developed and the right policies are adopted. Thus, the challenge for policy makers is to provide an environment that will maximize the benefits from internationalization while minimizing the costs. The key to addressing this challenge is to devise policies acknowledging that benefits and costs vary, depending on bank characteristics and home and host country conditions. The rise of South–South banking ties as well as the emergence of new financial technologies will also present new challenges for policy makers.

Literature:

1. *The International Bank for Reconstruction and Development. Global Financial Development Report 2017/2018: Bankers without Borders. 2018. 181 p.*

2. McIntyre A. *10 Major Trends Driving Banking In 2019: Banking's Evolution Accelerates. 2019. Retrived from: <https://www.forbes.com/sites/alanmcintyre/2019/01/07/10-major-trends-driving-banking-in-2019-bankings-evolution-accelerates/#da4cd6b70507>*

к.е.н., доцент, доцент кафедри організації підприємництва та біржової діяльності
Національного університету біоресурсів і природокористування України, м. Київ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІНАСУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

Перед тим як перейти до дослідження тенденцій розвитку фінансування соціального захисту необхідно уточнити поняття “соціальний захист”, яке буде застосовуватись надалі. Проаналізувавши дослідження науковців щодо вищезгаданого поняття пропонуємо власне: “соціальний захист – комплекс державних та суспільних заходів, що застосовуються для перерозподілу суспільного багатства на користь людей, які постійно або тимчасово потребують суспільної підтримки з метою забезпечення основних соціальних прав кожного члена суспільства в певних економічних умовах” [1, с. 12]. На нашу думку система соціального захисту включає в себе державний соціальний захист (соціальні гарантії прав; соціальне забезпечення, яке включає в себе соціальну допомогу та соціальне страхування) та недержавний соціальний захист (недержавне соціальне страхування; приватна страхова ініціатива; соціальні послуги, що надаються підприємствами різних форм власності) [1, с. 13].

Проаналізуємо фінансування соціального захисту з використанням методології європейської системи інтегрованої статистики соціального захисту (міжнародна абревіатура–ESSPROS), яка застосовується для статистичного спостереження за соціальним захистом в державах-членах ЄС. Загальні видатки на соціальний захист в Україні, розраховані за методологією ESSPROS відображено у таб. 1.

Таблиця 1

Загальні видатки на соціальний захист (за методологією ESSPROS)*

Показник	Рік			
	2010	2015	2016	2017
Усього, млн.грн	283500,5	408242,9	433359,0	526035,9
у % до ВВП	24,9	20,3	18,0	17,4

*Джерело: побудовано за [2, с. 11].

Аналіз загальних видатків на соціальний захист дає підстави стверджувати, що в Україні протягом 2010-2017 рр. спостерігається їх щорічне зростання. Але варто зазначити, що дане зростання можна пояснити і інфляційними процесами в державі, а не тільки підвищенням соціальних програм. Низьку ефективність використання фінансових ресурсів можна пояснити запровадженням соціальних пільг та допомог без визначення конкретних джерел фінансування. Особливо це стосується розгалуженої системи пільг, значна частина яких надається у натуральній формі або у вигляді послуг. Чинне законодавство України, що регулює соціальний захист, передбачає надання 125 видів пільг 116 категоріям громадян. Пільги та допомоги в Україні до того ж надаються населенню без перевірки необхідності [3, с. 223].

Як і в більшості розвинених держав світу частка витрат на соціальний захист у ВВП України є високою, але можна спостерігати її зменшення протягом досліджуваного періоду, що не є характерним для більшості держав ЄС (рис. 1).

Недостатність фінансових ресурсів зумовлює зменшувати фінансування соціального захисту, а інтеграція України до ЄС зумовлює необхідність наближення української системи соціального захисту до стандартів Європейського Союзу. Для цього необхідно проводити ретельний моніторинг фінансування програм направлених на соціальний захист та монетизацію соціальних пільг.

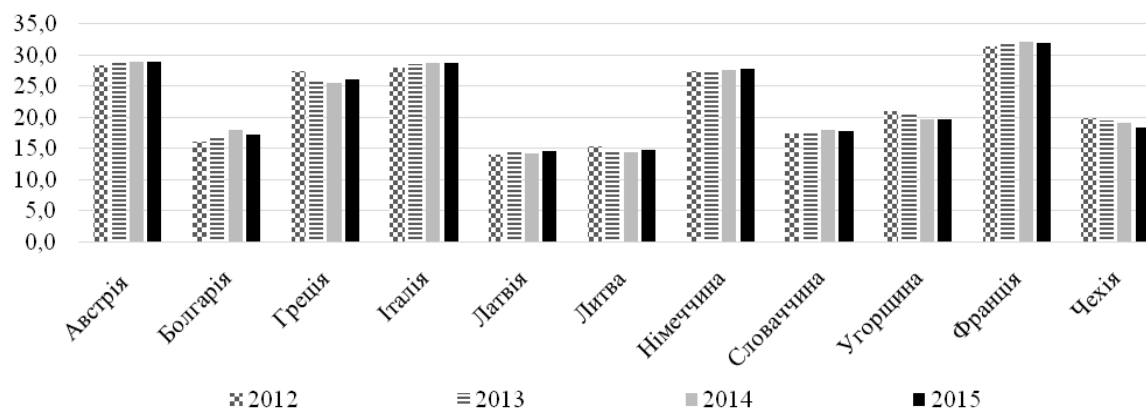


Рис. 1. Видатки на соціальний захист у державах Європейського Союзу, у % до ВВП
Джерело: побудовано автором за [4, с. 9].

Література:

1. Кириченко А. В. Розвиток соціального страхування в Україні: Монографія. – К.: ЦП “КОМПРИНТ”, 2017. – 197 с.
2. Соціальний захист населення України: Статистичний збірник. / Державна служба статистики України. – К.: 2019. – 124 с.
3. Тропіна В. Б. Фінанси соціального захисту в контексті європейського вибору / В. Б. Тропіна // України Східна Європа: економіка, бізнес та управління – 2018. – Випуск 2 (13). – С. 221-228.
4. Національні рахунки соціального захисту (НРСЗ) в Україні у 2016 році: Статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К.: 2018. – 94 с.

КОЗАК А.О.,

студентка 3 курсу обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету

Науковий керівник: асистент К. А. Мікуляк

МІСЦЕВІ ПОДАТКИ І ЗБОРИ ЯК ДЖЕРЕЛО НАПОВНЕННЯ МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТУ

Потреба максимально забезпечити суспільними благами населення вимагає достатніх фінансових ресурсів як у руках державної влади, так і органів місцевого самоврядування. Власні фінансові ресурси органів місцевого самоврядування мають формуватися переважно за рахунок податкових надходжень через механізм місцевого оподаткування. Податкові повноваження надають можливості місцевій владі наповнювати місцеві бюджети, стимулювати підприємницьку активність жителів та юридичних осіб своєї адміністративно-територіальної одиниці, сприяти розвитку місцевого господарства, ефективному використанню природних ресурсів місцевого значення.

Серед робіт вітчизняних науковців вирішенню проблем місцевого оподаткування присвячено праці Ібатулліної А. [1], Кириленко О. [2], Опаріна В. [3], Письменного В. [4], Руденко І. [5] та ін. Вчені у своїх працях аналізують сучасний стан розвитку місцевого оподаткування в Україні, досліджують позитивний зарубіжний досвід та розглядають можливості впровадження окремих додаткових місцевих податків та зборів.

Так, за I квартал 2019 р. до загального фонду місцевих бюджетів України (без урахування міжбюджетних трансфертів) надійшло 60,5 млрд грн, що становить 23,9% від затвердженого річного плану [7]. Порівняно з аналогічним періодом 2018 р. надходження зросли на 8,8 млрд грн, або на 17,1%. При цьому, темпи приросту доходів у 2019 р. дещо зменшилися – у аналогічному періоді 2018 р. порівняно з 2017 р., що у відносному вираженні становить 23,3% [7].

Традиційно, у доходах місцевих бюджетів найбільшу питому вагу займають надходження від сплати податку на доходи фізичних осіб – 35,9 млрд грн, або 59,3% від загальної суми доходів загального фонду місцевих бюджетів. Порівняно з I кварталом 2018 р. надходження податку зросли на 6,7 млрд грн, або на 22,8%.

Вагомим джерелом доходів місцевих бюджетів сплата за землю, що відноситься до податку на майно і є складовою місцевих податків. У звітному періоді місцеві бюджети отримали 7,6 млрд грн

плати за землю, що на 23% (на 1,4 млрд грн) більше від надходжень за аналогічний період 2018 р. (у 2018 р. приріст надходжень плати за землю становив лише 1,3%). Значна частка у структурі місцевих бюджетів належить надходженням єдиного податку. Його сума склала 8,8 млрд грн, що на 22,8% перевищує надходження 2018 р. і становить 14,6% від усієї суми доходів загального фонду місцевих бюджетів [7].

Важливим показником фінансової незалежності територіальних одиниць є питома вага місцевих податків і зборів у податкових надходженнях та в доходах місцевих бюджетів. Основним завданням місцевих податків є створення стабільних доходних джерел місцевих бюджетів, які в повному обсязі надходять в розпорядження відповідних територій. Врахування зарубіжного досвіду при формуванні власної правової бази, яка регулює бюджетні відносини на місцевому рівні в Україні, є не просто корисним, але й необхідним [6].

Отже, збільшення кількості місцевих податків і зборів не піде на користь територіальним громадам, оскільки, як свідчить податкова практика, значне податкове навантаження з часом призводить до переходу потенційних платників податків «у тінь» і, відповідно, бюджет не дотримує колосальні кошти. Таким чином, раціонально організоване місцеве оподаткування повинне стати основним джерелом доходів місцевих бюджетів, що дасть можливість створити надійну фінансову базу для органів місцевого самоврядування, завдяки якій вони зможуть ефективно виконувати покладені на них функції та надавати якісні суспільні послуги населенню.

Література:

1. Ібатулліна А. В. *Розвиток місцевого оподаткування в Україні* / А. В. Ібатулліна // *Моя книга*. – 2016. – 19 с.
2. Кириленко А. В. *Диверсифікація доходів місцевих бюджетів* / А. В. Кириленко // *Всеукраїнська асоціація видавців «Правова єдність»* – 2017. – 320 с.
3. Опарін В. М. *Фінансова система України (теоретико-методологічні аспекти)* : [монографія] / Опарін В. М. // *КНЕУ*. – 2015. – 240 с.
4. Письменний В. В. *Місьцеве оподаткування в умовах демократичних перетворень* : автореф. дис. канд. екон. наук / В. В. Письменний // *ТНЕУ*. Тернопіль, 2015. 20 с.
5. Руденко І. *Місьцеві податки та збори в контексті реформування оподаткування в Україні* / І. Руденко // *Вісник КНТЕУ*. 2016. – № 6. – С. 92-103.
6. Соколовська А. М. *Податкова політика в Україні в контексті тенденцій реформування оподаткування у країнах ЄС* / А. М. Соколовська // *Фінанси України*. – 2012. – № 1. – С. 94-115.
7. *Місьцеві бюджети: експерти підбили підсумки I кварталу 2019 року*. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/11013>.

КОЛАЧНИК П.П.,

студент 2 курсу магістратури факультету управління фінансами та бізнесу
Львівського національного університету імені Івана Франка

Науковий керівник: к.е.н., доцент Н.Б. Татарин

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Правильно налагоджена податкова система є основою економічної стабільності. В країні, де ухилення від сплати податків має системний характер, успішність малоімовірна. Новий політичний курс обіцяє нарешті змінити ті умови в яких закон “не для всіх” і податків можна уникнути. Для цього потрібно чітко розуміти з чим саме боротися.

Станом на сьогодні день існує чимало схем за якими бізнес та громадяни ухиляються від сплати податків. За оцінками міжнародних експертів «тіньова» економіка це майже 45% ВВП країни. Найбільшими прогалинами в податковій системі є: “податкові гавані”, або офшорні зони, конвертаційні центри, незаконне виробництво та зловживання спрощеним оподаткуванням.[1]

В світі існує чимало підприємств, які уникають сплати податків завдяки офшорам, і українські – не виключення. Через аномально високу концентрацію власності наша країна серед лідерів дослідження організації Global Financial Integrity “Незаконний вивіз капіталу” проведеного з використанням статистики світової торгівлі. Згідно даних цього звіту відтік капіталу становить близько 10%. Це вражаюча цифра, однак вона узгоджується з даними НБУ про те, що майже 75% експортних контрактів України є “непрямими”, тобто проходять через офшори. Якщо врахувати, що експорт становить близько половини офіційного ВВП, а деякі відтоки пов’язані також із імпортом, цифра

видається досить правдоподібною. Відтак, наші прибутки від податку на прибуток є майже вдвічі меншими від можливих.[2]

Наступною прогалиною в бюджеті є конвертаційні центри. Це, власне кажучи, папка з документами. Несправжній підприємець зі справжнім рахунком в банку. Кошти на цей рахунок надходять безготівкою, а тоді знімаються з рахунку в банку. Звітність при цьому подається неправдива або взагалі не подається. Такі фіктивні фірми одноденки частіше за все оформляються на втрачені документи, безхатченків або померлих людей. Схема значно ускладнюється завдяки здійсненню різних етапів в різних областях України. Таким чином підприємства отримують готівку для того, щоб платити зарплати у конвертах уникаючи податків або відмивати гроші отримані від нелегальної діяльності. Близько 80 мільярдів гривень щороку проходить через конвертаційні центри, а бюджет при цьому втрачає не менше 12 мільярдів через несплачені податки. Втім достовірних даних щодо цього виду шахрайства немає, тому збитки можуть бути куди більшими.

Приблизно так само держава втрачає від несплаченого акцизного збору, близько 10 мільярдів гривень за даними ринкових експертів. Нелегальний алкоголь виготовляється як в домашніх умовах, так і на сучасних заводах. Майже половину всього ринку алкоголю забрали на себе “тіньові” виробники. Схожа ситуація і в аграрному бізнесі. За даними Всеукраїнської аграрної ради, 40% усієї ріллі складають неофіційно орендовані землі. Збитки оцінюються близько 17 мільярдів гривень щороку. До цієї суми також необхідно додати декілька мільярдів несплаченого земельного податку. А ще місцевою владою видаються податкові пільги на суму близько 5 мільярдів гривень щороку. Здебільшого їх отримують великі компанії, тому такі пільги потребують детальнішого аналізу.[3]

І останнім пунктом є спрощена система оподаткування, яку часто називають “внутрішнім офшором”. Оформлення найманих працівників як підприємців, звільняє працедавців від сплати значної суми податків. Також через цю групу працівників здебільшого проводяться інші порушення законодавства: продаж незаконно ввезених товарів та незаконне виробництво. Проте ця проблема є набагато складнішою, ніж здається на перший погляд. На даний момент в такий спосіб оформлено значну частину працівників ІТ-галузі. Тому жорстка політика і боротьба з ФОПами швидше за все спричинить масовий відтік людського капіталу. В такому випадку від вирішення проблеми буде більше збитків, ніж користі для держави. Тому конкретно ця проблема потребує глибокого дослідження і виважених рішень

Отже, станом на сьогодні існує чимало проблем в оподаткуванні. Ухилення від податків є не рідкістю, а скоріше буденністю. Схеми завдяки яким це здійснюється, з кожним роком лише ускладнюються. Проте лише розуміння того що саме в податковій системі не працює і як саме здійснюються такі злочини, допоможе зупинити їх. Реалії такі, що механізм податкового контролю в сфері оподаткування повинен будуватися та зазнавати змін в комплексі із структурними реформами, а детінізація бізнесу має бути в основі цих реформ.

Література:

1. Почкун О. Як вивести економіку з "тіні" і чому українці не платять податки [Електронний ресурс] / Олександр Почкун. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://chp.com.ua/all-news/item/52142-kak-vyvesti-ekonomiku-iz-teni-i-pochemu-ukraintsy-ne-platyat-nalogi>.
2. Дубровський В. Рейтинг схем ухилення від податків: на чому український бюджет “втрачає” найбільше [Електронний ресурс] / Володимир Дубровський. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://voxukraine.org/uk/rejting-shem-uhilennya-vid-podatkov-ina-chomu-ukrayinskij-byudzhet-vtrachaye-najbilshe/>
3. Кравчук О. Кому на руку податки в Україні: європейські моделі та можливі альтернативи [Електронний ресурс] / Олександр Кравчук. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://commons.com.ua/uk/komu-na-ruku-podatki-v-ukrayini-yevropejski-modeli-ta-mozhlivi-alternativi/>.

студентка факультету фінансів, банківської справи та страхування
ДВНЗ «Університет банківської справи»
Черкаського інституту банківської справи

Науковий керівник: к.філол. н., доцент Л.В. Потапенко

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА РОЗВИТОК РИНКУ ПЛАТІЖНИХ ПОСЛУГ

Сучасний розвиток світового ринку характеризується якісними змінами у всебічних відносинах між країнами світу. Постійно зростають масштаби впливу фінансового ринку. Вже ні у кого не викликає сумнівів той факт, що світ все більше перетворюється на єдиний ринок. Глобалізація є одним із найбільш суперечливих та відчутних явищ нашого часу.

Дослідженню різносторонніх проявів процесів фінансової глобалізації присвячено роботи багатьох вчених-економістів, зокрема Є. Балацького, П. Беленького, І. Бураковського, Ю. Євлахова, Т. Ільїна, П. Рубанова та інших.

Метою дослідження є визначення впливу глобалізаційних чинників на розвиток ринку платіжних послуг.

У широкому розумінні під глобалізацією світових фінансових ринків мають на увазі об'єднання в єдину світову систему усієї сукупності міжнародних фінансових відносин [1].

Фінансовій глобалізації притаманні такі напрямки:

- ✓ розвиток банківської сфери;
- ✓ регулювання фінансових ринків у рамках ЄС;
- ✓ посилення конкуренції між банками та небанківськими установами;
- ✓ фінансові інновації в галузі інформаційних технологій та створення нових фінансових продуктів і послуг;
- ✓ скорочення традиційних видів банківської діяльності [2].

Ринок платіжних послуг виконує одну із основних функцій фінансової системи. Глобальні структурні зміни на фінансовому ринку вимагають трансформації та удосконалення сфери платіжних послуг. Впровадження інноваційної діяльності та цифровізації економічних процесів призводить до розвитку нових технологій, послуг та, як наслідок залучення нових учасників ринку.

Модернізація ринку платіжних послуг значною мірою пов'язана із впровадженням фінансових інновацій. Інновації в сфері платіжних послуг стосуються перш за все платежів, що здійснюються із застосуванням бездокументарних платіжних інструментів. Електронні платіжні системи, що використовують бездокументарні розрахунки класифікують за трьома основними типами : карткові системи; оператори цифрової готівки; платіжні шлюзи.

Інноваційний розвиток ринку платіжних послуг має базуватися на таких принципах як:

1. Зручність, що передбачає доступність послуги та високу швидкість її надання.
2. Соціалізація, яка передбачає зближення процесу переговорів, укладення угод та оплати. У результаті цього платежі поєднуються із месенджерами та соціальними мережами.
3. Безпечність, підґрунтям якої є попередження або унеможливлення шахрайських дій у сфері платіжних послуг [3, с. 14].

Як наслідок впливу глобалізаційних процесів на вітчизняному ринку збільшуватиметься кількість молодих споживачів у віці від 18-24 років. Зростатиме роль мобільної комерції (m-commerce). В Україні вже впроваджені передові технології у сфері мобільних платежів (NFC, HCE і QR-коди).

Глобалізаційні процеси сприятимуть активізації використання криптовалюти у сфері e-commerce. Як стверджують експерти, криптовалюта є безпечнішим засобом розрахунків порівняно із традиційними платіжними картками [4, с. 72]. Основою цього є використання технології blockchain. В Україні відбуватиметься зростання використання віртуальних платіжних карток та адаптація вітчизняного законодавства у сфері платіжних послуг до міжнародного. Одним із стратегічних напрямків діяльності НБУ в сфері платіжних систем є перехід від реєстраційних підходів до здійснення оверсайту платіжних систем на основі оцінки ризиків [3, с. 16].

Водночас з'являється необхідність посилення безпеки у сфері платежів. В Україні необхідна розробка засад регулювання ринку криптовалют з одночасним попередженням злочинного використання віртуальних валют.

Отже, застосування інноваційних платіжних послуг в Україні сприятиме інтеграції національного платіжного ринку у міжнародний.

Література:

1. Лук'яненко Д.Г. Глобалізація фінансових ринків, стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: www.ecolib.com.ua.
2. Ткаченко Н. В. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток фінансових посередників / Н. В. Ткаченко // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: збірник наукових праць / ред. кол. : І. Д. Пасічник, О. І. Дем'ячук. – Острог : Видавництво Національного університету «Острозька академія», 2014. – Випуск 26. – С. 81–88
3. Волосович С.В. Віртуальна валюта: глобалізаційні виклики і перспективи розвитку// Економіка України. – 2016. - №4. – С. 68-78.
4. Волосович С.В. Інноваційні платіжні послуги як інструмент розвитку торгівлі // Економічний вісник університету. – 2016. - №29. – Т. 1. – С. 12-18.

КУТЩЕВА Є.О.,

студентка 1 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент О. М. Федорчук

КОРУПЦІЯ ТА ЇЇ ЗАПОБІГАННЯ

Тема корупції та її запобігання є однією із найактуальніших сьогодні в Україні. Корупційні схеми, які знаходяться у кожному питанні економічного розвитку країни. Найбільше їх зустрічається у медичній, правоохоронній та економічних сферах життя. В Україні, яка має не дуже багату економічну структуру, структура корупції цілком повна і включає в себе всі перелічені рівні корупції. Однак проблема не лише в тому, що корупція існує, а в тому, що вона для багатьох вигідна і напруму пов'язана з українською політикою.

Багато за ці роки було зроблено для того, щоб подолати корупцію, наприклад, було створено тендери через систему «Прозорро». Закупівля ліків, товарів – все це було проведено через неї. Дуже великі корупційні схеми були в аграрній сфері через повернення НДС у ручному режимі, зараз це проводиться в електронному вигляді, практично без втручання чиновників, в цій сфері було багато «відкатів». Також схеми застосовуються в будівельному бізнесі, при будівництві доріг. Країна багато втрачає на митниці, при перевезенні контрабандних товарів. Сильно потерпає економіка України із-за того, що майже 40% підприємств знаходяться в тіні. Податкова інспекція бореться з цим, але цього не достатньо, такі підприємства зараховують на роботу працівників без належного оформлення. Люди отримують заробітну плату в конвертах – це зменшує дохід у пенсійний фонд і у фонд соціального страхування, через це в Україні дуже повільно піднімаються стандарти життя населення. Багато корупційних схем виявлено в енергетичній сфері на Укрзалізниці, наприклад, при розподіленні вагонів.

Є такі види корупції: хабарництво, розкрадання, шахрайство, вимагання та зловживання службовим становищем. Корупційні діяння можуть бути в інших формах, у тому числі в таких, що потребують додаткового визначення законодавством [1]. Уявлення про особливість корупції в Україні як корупції кризового типу, що вражає не лише державу, а й громадянське суспільство, саму українську націю, обумовлює те, що для ефективної протидії корупції в Україні має бути розроблена адекватна саме цьому типу корупції технологія протидії. Корупція сьогодні в Україні має особливості, які відрізняють її від корупції в розвинутих країнах. Без виявлення цих її особливостей важко розробити адекватні заходи протидії їй.

Щоб рівень життя покращувався, треба протидіяти корупції. Протидія не зводиться лише до того, щоб «посадити хабарників». Це система різноманітних законів та дій, які мають викоринити корупцію як суспільне явище [2]. Дуже важливо, щоб в країні діяли і застосовувались закони, які максимально зменшують простір для корупційних дій. Для того, щоб запобігти корупції потрібно вводити новітні досягнення сучасної електронної системи, більш жорстко наказувати корупціонерів, підвищувати відповідальність чиновників, збільшувати заробітну плату, підвищувати соціальні стандарти.

Наслідками від корупції можуть бути:

- підприємець платить службі пожежного контролю за фіктивний акт протипожежної безпеки;

- поліцейський, беручи хабара, відпускає порушника;- лікар лікує лише тих хворих, які певним чином йому віддячилися;

- викладач ВУЗу при здачі студентами іспитів та курсових робіт за гроші .

Суттєво зменшити корупційні можливості чиновників можна і без змін законодавства, перш за все мінімізувавши контакти чиновників з громадянами. І тут найперше, що потрібно зробити це мінімізувати особисте спілкування громадян з чиновниками, які готують або приймають рішення. Цього можна досягти за допомогою використання поштового зв'язку та електронної пошти, створення єдиних офісів, де громадяни можуть здати відразу всі документи, впорядкування черг, збільшивши години прийому чиновників, покращення інформування громадян через створення довідкових служб та електронних ресурсів з детальним переліком усіх послуг і процедурою їх надання, запровадження механізму сплати штрафів через банківські установи, а не на місці перевірки інспекторами.

Вважаємо, що давати чи не давати хабара в ситуаціях, коли вам потрібно вирішити певні проблеми або прискорити реалізацію власного інтересу - це питання, яке стоїть перед кожним громадянином України. Від кожного із нас залежить бути корупції, чи не бути.

Література:

1. Сівєрс Р.В., Кухарук А.В. *Окремі аспекти функціонування уповноважених підрозділів з питань запобігання та виявлення корупції.* - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://old.minjust.gov.ua/47882>.

2. *Міжнародний досвід протидії корупції* - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://sd.net.ua/2012/03/09/mizhnarodnij-dosvid-protidiyi-korupciyi.html>.

Лозан С.М.,

студент 2 курсу магістратури Інституту права,
економіки та міжнародних відносин
Міжнародного гуманітарного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О.А.Мартинюк

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Незважаючи на великий обсяг та ґрунтовний аналіз проблем формування та розвитку управління інвестиційною діяльністю українських підприємств у цілому, проблематика адаптації її до сучасних економічних умов в Україні та світі, потребує постійного дослідження та наукового реформування. Однією з визначальних умов успішного функціонування та розвитку підприємств на всіх стадіях життєвого циклу виступає така найважливіша складова господарювання, як інвестиційна діяльність, ефективність якої багато в чому визначається вмінням використовувати сучасні методології управління.

На сьогодні інвестиційну діяльність українських підприємств обмежують такі основні чинники: незадовільний стан технічної бази підприємств; недосконала нормативно-правова база, що регулює інвестиційні процеси; низька прибутковість інвестицій в основний капітал; складний механізм отримання кредитів для реалізації інвестиційних проектів; недостатній попит на продукцію; висока вартість комерційного кредиту; інвестиційні ризики; невизначеність економічної ситуації в країні; – нестача власних фінансових ресурсів [4, с. 275].

Головними макроекономічними особливостями розвитку інвестиційної діяльності підприємств, які долучаються до внутрішніх негативних факторів, та підвищують ризики в бізнесі в умовах глобального економічного середовища належать: 1) технічний прогрес та інформаційна революція; 2) руйнівні технології та інновації; 3) «швидке зростання інших» (мова йде про посилення представників бізнесових сфер, насамперед, КНР та Індії); 4) гіперконкуренція; 5) державні інвестиційні фонди; 6) навколишнє середовище (підвищення екологічних стандартів); 7) підвищення компетентності покупців і партнерів [3, с. 33].

Незважаючи на те, що деякі фактори не мають значного впливу на більшість українських підприємств сьогодні, наприклад, державні інвестиційні фонди, тим не менше їх значення для формування середовища ведення бізнесу буде зростати, особливо враховуючи перспективи підписання угоди України з ЄС.

Одним із напрямів адаптації управління інвестиційною діяльністю підприємства до нових умов є формування підґрунтя для використання руйнівних технологій та інновацій (які є фактично

ключовим чинником підвищення ризиків бізнесу), що зумовить розширення власної присутності на ринку. Статистичне спостереження у п'яти регіонах України показало, що, незважаючи на значну кількість збиткових підприємств (близько 40,0%), найбільша частка інвестицій надходить з власних ресурсів, на формування яких суттєво впливають два види податків – на прибуток і нарахування на заробітну плату [1, 5]. Проте українські підприємства, загартовані перманентними кризами на національному рівні, мають достатньо шансів провести ефективну адаптацію до нових умов господарювання.

Теоретично в ефективній інноваційно-інвестиційній діяльності українських підприємств зацікавлена значна кількість сторін: керівництво, інвестори, персонал, клієнти, постачальники й підрядники, державні органи, суспільство в цілому [6].

На практиці підприємства змушені здійснювати інновації на власний страх і ризик, а у разі стабільного ведення бізнесу взагалі відмовлятися від них. Логіка проста: якщо є прибуток, навіщо щось змінювати й створювати собі проблеми. Складні відносини у вітчизняних умовах складаються також між розробниками й винахідниками, з одного боку, та потенційними інвесторами (або безпосередньо підприємствами) – з іншого [5].

В українських підприємств залишається лише дві альтернативи: або залишити все без змін, сподіваючись, що період відносної стабільності збережеться на максимально можливий термін, або переходити до випереджальної стратегії в інноваційно-інвестиційній діяльності. Зауважимо, що обидва варіанти не можуть гарантувати підприємству успішність, проте перехід до випереджальної стратегії збільшить шанси на тривале й прибуткове функціонування.

Література:

1. Гончаров В. Розвиток інвестиційної діяльності промислового підприємства / В. Гончаров, О. Горова [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/knp/171/knp171_120-122.pdf.
2. Захарін С. Інвестиції в інновації: теорія, парадигма, методологія досліджень / С. Захарін // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 4(106). – С. 60–64.
3. Котлер Ф. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності / Ф. Котлер, Дж. А. Касліоне; пер. з англ. – К.: Хімджест Пласке, 2009. – 203 с.
4. Мушников О. Вплив інвестиційної діяльності на розвиток підприємства / О. Мушников // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 40. – С. 273–276.
5. Сибирка Л.А., Корівчак А.М., Управління інвестиційною діяльністю українських підприємств в умовах глобальної економічної турбулентності [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.vishnyk-ekonom.uzhnu.uz.ua/archive/7_3_2016ua/22.pdf
6. Ткаченко Т.П., Шевчук Н.А., Гончарук І.В. напрямки оптимізації інвестиційної діяльності підприємства. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.agrosvit.info/pdf/7_2018/8.pdf
7. Цадо Г. Сутність та значення інвестиційно-інноваційних процесів в системі регіонального розвитку / Г. Цадо [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2011_2/154.pdf.

МАКУХА С.М.,

к.е.н., доцент,

завідувач кафедри загальної економічної теорії та економічної політики Одеського національного економічного університету

ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ ПІД ВПЛИВОМ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

На початку ХХІ сторіччя відбувається глибинна трансформація економічного устрою, зміни у системі господарських відносин та ланцюгів створення доданої вартості. Зазначені процеси посилюються під впливом глобалізації в ході якої світ все більше перетворюється на єдину глобальну систему. Сьогодні глобалізація є об'єктивним процесом планетарного масштабу який здійснює як позитивний, так і негативний вплив на світову економіку. До позитивних рис глобалізації можна віднести: поширення нових інформаційних технологій та пов'язаних з ним переваг. Однак, глобалізація економіки – це й висока ймовірність втрат та зростання ризиків.

Враховуючи те, що за роки реформ останніх десятиріч Україна так і не просунулася значно до створення високорозвиненої господарської системи, тому, як і раніше, перед нами стоїть завдання вибору на шляху до створення ефективної економічної моделі до якої має рухатися наша країна. В

цьому плані актуальною стає ідея посилення ролі та значення банківського капіталу в формуванні господарського механізму в умовах глобалізації. Зростання ролі банківського капіталу обумовлено тим, що він є найбільш активною та мобільною часткою промислового капіталу і тому здатен більш оперативно реагувати на зміни, що відбуваються. Крім того, однією з особливостей сучасного етапу глобалізації економіки є те, що провідна роль переходить від сфери реальної економіки в сферу фінансів. І вже фінансова галузь виступає в якості важливого чинника, що забезпечує динаміку світогосподарських зв'язків та драйвера економічного розвитку. Стрімке зростання кількості і якості фінансових послуг на тлі глобалізації світової економіки призвело до посилення конкуренції між учасниками світового фінансового ринку, пред'являючи до них все більш жорсткі вимоги і змушуючи шукати нові сфери прикладання вільного капіталу.

Сутність фінансової глобалізації проявляється через процеси всесвітньої фінансово-економічної інтеграції, формування глобального фінансового ринку, де основною рушійною силою є міграція фінансового капіталу в масштабах усієї планети, а уніфікація законодавства, економічних процесів і застосування новітніх технологій дозволяє мобілізувати більший обсяг фінансового капіталу з меншими витратами [2, с. 273]. Важливою тенденцією світової економіки на сучасному етапі є активне нарощування потоків міжнародного руху банківського капіталу провідними банківськими установами світу. А це у свою чергу прискорює процеси глобалізації. Зазначені тенденції характерні і для економіки України. Через скасування обмежень для входу на національний банківський ринок України активізувалася діяльність на ньому іноземного капіталу. Як результат зростає питома вага іноземного капіталу в капіталі банківських установ на вітчизняному ринку. Так, останніми роками значно скоротилася кількість основних фінансово-кредитних інститутів на ринку банківських послуг України, якими є комерційні банки. Якщо на 1.01.2008 року в Україні діяло 175 банківських установ, в т.ч. 47 з іноземним капіталом, 17 зі 100% іноземним капіталом. То на 1.09.2019 року в Україні залишилося лише 76 банків, в т.ч. 36 з іноземним капіталом, 24 зі 100% іноземним капіталом [1]. Як видно, під впливом глобалізації значно зростає питома вага іноземного капіталу на ринку банківських послуг України. Так, якщо у 2008 році з іноземним капіталом в Україні працювали 29,9% банків, в тому числі із 100% іноземним капіталом – 9,7%. То у 2019 році іноземний капітал вже значно нарощує свою присутність на національному банківському ринку України. Іноземний капітал присутній вже у діяльності 47,4% банківських установ, в тому числі із 100% участю в 31,6% банків.

Усе зазначене свідчить про те, що глобалізація здійснює значний вплив на розвиток банківського капіталу України та визначає тенденції його трансформації. В результаті зростає загроза для стійкості вітчизняного банківського сектору, особливо в період криз, коли відбувається масовий відтік іноземного банківського капіталу з країни. Крім того, формується стійка залежність національного банківського капіталу від міжнародного ринку капіталів, який перетворився в самостійний фактор розвитку світової економіки. І як результат зростає тиск міжнародного фінансового капіталу на ринок України, діяльність вітчизняних фінансово-кредитних установ та на діяльність Національного банку України. Поряд з тим експансія міжнародного капіталу на національний ринок України через зростання конкуренції сприяє зниженню вартості стандартизованих банківських продуктів та стимулювання банківського бізнесу, відбувається імпорт сучасних технологій та набувається позитивний досвід у банківському менеджменті, розвивається інфраструктура фінансового ринку. А це у свою чергу веде до поліпшення інвестиційного клімату та зростання припливу інвестицій в інші галузі вітчизняної економічної системи.

Під впливом глобалізації, яка здійснює як позитивний, так і негативний вплив на економічні процеси, в Україні, відбуваються суттєві трансформаційні зрушення в банківському капіталі. Зазначені процеси через розмивання кордонів функціонування банківського капіталу активізували злиття та поглинання в банківському сегменті економіки, спричинили формування і розвиток потужних фінансових інтеграційних об'єднань та сприяли формуванню глобального ринку банківських послуг. В результаті зростає питома вага іноземного капіталу у структурі банківського капіталу вітчизняної банківської системи та зростає її залежність від нього.

Література:

1. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>
2. Хомутенко Л. І. Вплив глобалізаційних процесів на ринок банківських послуг України / Л. І. Хомутенко // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – 2014. – № 38. – С. 270–286.

к.т.н., доцент, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Херсонського національного технічного університету

Повод Т.М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та фінансів
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Кредитний ризик є невід'ємною складовою банківської діяльності і займає домінуюче місце в системі банківських ризиків. Банківська установа може відмовитись від кредитного ризику шляхом припинення кредитування, проте цим самим вона відмовляється від отримання прибутку.

Сучасна концепція кредитного ризик-менеджменту – це концепція стратегічного управління. Стратегічне управління кредитними ризиками є діяльністю щодо розробки ризикових кредитних стратегій банку, його найважливіших цілей та способів їх досягнення, в основі якої лежить консолідований аналіз екзогенних й ендогенних чинників, що впливають на кредитні ризики, стратегічне планування, механізм ув'язки тактичних і стратегічних рішень, вибір ризикової кредитної стратегії та розробка розділів кредитної політики в частині, що стосується кредитних ризиків; розробка механізмів реалізації ризикової кредитної стратегії і завдань кредитної політики банку; інтегрований контроль за реалізацією цих рішень та можливість їх своєчасного коригування.

Взагалі виділяють три види ризикових кредитних стратегій банківських установ: 1) толерантна до ризиків стратегія: припускає схильність банківського менеджменту до вибору в співвідношенні конкуруючих характеристик (ризик і доходності) кредитних операцій з високим рівнем ризику і, відповідно, з високою нормою прибутку; 2) диверсифікована кредитна стратегія ризиків: обумовлює оптимальне співвідношення між ризиком і доходністю; 3) стратегія локалізації кредитних ризиків: характеризується загальною спрямованістю на обмеження обсягів підвищених ризиків [1].

За своєю функціональною значимістю ризикові кредитні стратегії забезпечують постійний потенціал банківської прибутковості, тоді як служби банку, що здійснюють тактичне й оперативне управління ризиками, перетворюють потенціал на реальний прибуток [3].

У кожному банку процес стратегічного управління кредитним ризиком буде мати характерні деталі, пов'язані з особливостями даного банку – його організаційною структурою, спеціалізацією, величиною і т.д. [1].

Інноваціями у сфері банківського ризик-менеджменту можна вважати зарубіжний досвід банківських установ щодо мінімізації кредитного ризику: по-перше, використання психологічних тестів при здійсненні кредитування малого та середнього бізнесу, а також фізичних осіб. Тести розроблені таким чином, що дозволяють виявити психотип людини та визначити її схильність до чесності, і відповідно, платоспроможності; по-друге, концепція створення бюро мобільних пристроїв. Воно має працювати за принципом бюро кредитних історій, де зберігатиметься інформація для фінансових установ, про те з якого пристрою позичальник направив заявку на отримання кредиту, а також відстежуватиметься його статус погашення або прострочки; по-третє, використання практичних сторін прогнозування та стрес-тестів, моделі для створення та вибору сценаріїв проведення тестування, аналіз макроекономічних даних та їх використання при створенні моделей ймовірності дефолту; по-четверте, використання геолокаційних даних, як новий метод протидії шахрайству. У кожній адресі є своя градація за ризиком. Наприклад, виявлена закономірність: проживання в певному районі Великобританії (більшість адрес зосереджено у Лондоні) сприяє більшій схильності до шахрайства. Використання цих даних дозволило зарубіжним банківським установам збільшити ефективність протидії шахрайству на 6,5% [2]; по-п'яте, використання даних соціальних мереж як додаткового джерела інформації при оцінці кредитних ризиків.

Застосування різних методів та джерел інформації допомагають надати більш точну оцінку кредитоспроможності позичальника, тим самим знизити кредитний ризик банківської установи.

Також не менш важливим є наявність кваліфікованого персоналу в банківській установі. Ефективний ризик-менеджер повинен вміти планувати, розробляти, контролювати, аналізувати та оптимізувати минулі події та вишукувати методи покращання.

Таким чином, сучасні концептуальні питання управління кредитними ризиками можуть розглядатися тільки через призму стратегічного управління, при якому ризикові кредитні стратегії є домінуючим, атрибутивним елементом системи банківських стратегій. Конкуренція стратегій повинна нівелюватися за допомогою їх координації, що забезпечить найбільшу ефективність стратегічного управління банку взагалі і кредитними ризиками зокрема.

Крім того, кредитна стратегія банківської установи має бути визначена з точки зору якості кредитного продукту, прибутку, перспектив розвитку бізнесу, прийнятного співвідношення ризику і доходності, величини резервів і власного капіталу.

Література:

1. Аврамчук Л.А. Ризик-менеджмент як метод управління кредитним портфелем банку. Вісник Полтавської державної аграрної академії. URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.1/3.pdf>.

2. Казак Е. Інновації в сфері ризик-менеджмента. URL: <https://bankir.ru/publikacii/20131028/innovatsii-v-sfere-risk-menedzhmenta/>.

3. Сідак О. Кредитний ризик та формування банківських резервів в умовах фінансової кризи. Міжнародний збірник наукових праць. URL: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/download/51500/47475>.

ПОПКОВ В.М.,

студент 3 курсу економіко-правового факультету
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Науковий керівник: к.е.н., доцент С.О. Нікола

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ

Динамічність змін економічної кон'юнктури обумовлює необхідність формування виваженої та адаптивної фінансової політики, що сприятиме забезпеченню умов для відновлення економічного зростання та соціальної стабільності у суспільстві. Фінансова політика як вагомий економічний інститут має відігравати провідну роль у визначенні цілей, завдань структурних перетворень податкової, бюджетної, грошово-кредитної системи з посиленням якісного рівня їх управління. Слід зазначити, що фінансова політика, як складова системи державного регулювання економіки, передбачає використання інституційних інструментів, важелів і форм фінансової архітектури з метою забезпечення макроекономічної стабілізації та створення передумов для стійкого економічного зростання і збалансованого розвитку суспільних відносин.

Формування та реалізація дієвої політики має базуватися на принципах функціональної збалансованості, обґрунтованості, системності, адаптивної ефективності, що спрямовано на забезпечення оптимальних співвідношень між її складовими. Можливості використання заходів фінансової політики пов'язані з умовами та результатами виробництва, рівнем розвитку продуктивних сил та економічних відносин, характером споживання суспільного продукту. Реалізація структурних реформ системи державних фінансів потребує врахування інституційної інерції, що передбачає певний лаг у результативності здійснюваних трансформацій фінансової політики, посилення дієвості контролю за виконанням прийнятих рішень у даній сфері. Трансформація фінансових інститутів є важливим етапом удосконалення та модернізації фінансової системи, що обумовлює перехід до її нового якісного рівня [1].

Фінансова система змінюється з урахуванням впливу інтеграційних процесів, посилення конкуренції на ринках фінансового капіталу. Необхідним є удосконалення системи оцінки макроекономічних умов, тенденцій у бюджетно-податковій та грошово-кредитній сферах за допомогою якісних і кількісних індикаторів. Основні засади формування фінансово-бюджетної політики на середньострокову перспективу мають враховувати волатильність економічних процесів, обумовлених, в тому числі кон'юктурою на світових ринках та глобалізаційними тенденціями [2].

З огляду на зазначене, важливим є підвищення дієвості та адаптивності фінансового регулювання з використанням міжнародних стандартів і принципів його здійснення. Посилення інституційної спроможності фінансових органів управління, підвищення рівня прозорості їх діяльності сприятиме

зростанню функціональної ефективності державної політики. Тренди розвитку економіки засвідчили потребу тісної взаємодії і координації фіскальної та монетарної політики в процесах протидії рецесії та з метою стимулювання сукупного попиту.

Забезпечення економічного розвитку потребує реалізації інституційних змін фінансової політики, оновлення основних засобів, технологій, проведення структурної перебудови економіки. З метою підтримки процесів стійкого зростання промислового виробництва та валового внутрішнього продукту слід забезпечити довгострокову стійкість фінансової системи, проводити послідовну фінансово-бюджетну політику, яка має сприяти досягненню прогнозованого рівня макроекономічної динаміки. Зазначене проявляється у досягненні цільових показників помірної інфляції, стабільності податкової системи, збалансованості бюджету, передбачуваного рівня валютного курсу, який сприяє посиленню конкурентоспроможності економіки та належної ситуації з платіжним балансом [3].

Фінансова політика є дієвим інструментом впливу на соціально-економічні процеси. Вагомими завданнями у процесі розробки та реалізації фінансової політики є удосконалення системи державних фінансів, посилення ефективності регулятивної функції бюджетно-податкових, монетарних механізмів, здійснення структурних змін в економіці, спрямованих на підвищення темпів економічного зростання країни. Система фінансово-економічних інститутів є результатом розвитку та постійного вдосконалення відповідних взаємовідносин у процесі формування, регулювання та використання валового внутрішнього продукту з метою задоволення потреб суспільства. Результативність економічних перетворень, значною мірою, залежить від якісного рівня інституційної складової фінансової архітектури,

стійкості фінансової системи країни, дієвості впливу фінансових інструментів на економічний розвиток країни. Пріоритетним є вдосконалення інституційного середовища державної фінансової політики, підвищення дієвості бюджетного планування і прогнозування, вдосконалення механізмів монетарного регулювання, утримання стабільного рівня цін, посилення взаємозв'язку фінансового регулювання із циклічністю економічного розвитку, забезпечення макроекономічної стабільності.

Література:

1. Боголиб Т.М. *Бюджетная политика как инструмент экономической стабильности* / Т.М. Боголиб // *Економічний часопис-XXI*. – 2015. – № 3–4 (1). – С. 84–87.
2. Чугунов І.Я. *Фінансова політика України в умовах глобалізації економіки* / І.Я. Чугунов, М.Д. Пасічний // *Вісник КНТЕУ*. – 2016. – № 5. С. 5-18.
3. Чугунов І.Я. *Довгострокова бюджетна стратегія в системі економічної циклічності* / І.Я. Чугунов // *Вісник КНТЕУ*. – 2014. – № 5. – С. 64–73.

ПОПЛОЙКО А.М.,

к.е.н., доцент кафедри міжнародного обліку і аудиту, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ГОЛОСНА О.В.,

аспірант кафедри обліку підприємницької діяльності, ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

СПЛІТ: ДОДАТКОВИЙ СТИМУЛ ДЛЯ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Одним із пунктів меморандуму співробітництва України з Міжнародним валютним фондом є прийняття, так званого, Закону про СПЛІТ, основною метою якого є ліквідація Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг та розподіл повноважень з регулювання фінансового ринку між Національним банком України та Національною комісією по цінним паперам та фондовому ринку.

Відповідно до проекту Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг (Закон про СПЛІТ) від 06.09.2019 №1069-2, Національна комісія по цінним паперам та фондовому ринку регулюватиме недержавні пенсійні фонди та фонди фінансування будівництва [1]. У свою чергу, Національний банк стане регулятором страхових, лізингових, фінансових компаній, кредитних спілок, ломбардів та бюро кредитних історій, адже переобтяження Національного банку, основною функцією якого є забезпечення стабільності грошової одиниці України, не властивими йому функціями щодо регулювання ринків небанківських фінансових послуг — велика помилка [2].

Щодо нормативно-правової бази, то також планується внесення змін до Закону про ліцензування видів господарської діяльності та Закону про основи державної регуляторної політики у сфері

господарської діяльності. Передбачається відміна Закону про іпотечне кредитування, операції з консолідованим іпотечним боргом та іпотечних сертифікатах та Декрету Кабміну про довірчі товариства для усунення надмірного регулювання.

Розглянемо основні положення законопроекту про СПЛІТ:

1. Створюється новий консолідований орган нагляду за ринками небанківських фінансових послуг, до повноважень якого будуть віднесені наглядові функції, які зараз виконують Державна комісія з фінансових послуг та національна комісія по цінним паперам та фондовому ринку. Планується, що новий орган нагляду буде виступати правонаступником цих комісій.

2. Забезпечується інституціональна спроможність нового наглядового органу, при цьому зберігається система стримань та протидій, запобігання необгрунтованого тиску на бізнес та можливі прояви корупції.

3. Наглядовий орган наділяється такими ж функціями у сфері захисту прав споживачів фінансових послуг, як це і прийнято у країнах ЄС.

Основними завданнями прийняття законодавства про СПЛІТ є:

- дерегулювання і зменшення кількості точок дотику бізнесу і держави;
- зменшення регулюючих і контролюючих органів;
- зменшення погоджувальних процедур;
- зниження корупційних ризиків

І як результат – інвестиції та привернення капіталу.

Розглянемо негативні наслідки прийняття Закону про СПЛІТ:

- можливе суттєве скорочення кількості фінансових установ (наразі їх кількість більше 2 тисяч);
- значне скорочення від 40 до 70 тисяч робочих місць для активної високопрофесійної частини населення (на разі у небанківських фінансових компаніях працює більше 70000 осіб);
- падіння податкових надходжень (у 2018 році тільки небанківськими фінансовими установами було сплачено понад 7 млрд. грн. податку на прибуток), у тому числі і до місцевих бюджетів;
- скорочення обсягів надання фінансових послуг (у 2018 році надано послуг на суму більш ніж 300 млрд грн.);
- зменшення доступності, зниження якості та зростання вартості фінансових послуг для українського населення [3]

Україна повина винайти свій унікальний підхід, який стане запорукою стабільності та розвитку на ринку фінансових послуг.

Отже, законодавство про СПЛІТ дасть можливість забезпечити збалансований і системний підхід у напрямі ефективного розвитку небанківського фінансового сектору, переходу від секторальної моделі регулювання до ефективнішої інтегрованої моделі та створить можливість для комплексного розвитку функції регулювання ринкової поведінки та захисту прав споживачів на фінансовому ринку.

()

Нове законодавство про СПЛІТ повинно стати своєрідним каталізатором, який надасть додатковий потужний стимул для подальшого розвитку фінансового ринку в Україні.

Література:

1. *Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення функцій із державного регулювання ринків фінансових послуг №1069-2 від 06.09.2019 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – 2019.*

2. *Закон про “спліт” забезпечить прозорість, надійність та ефективність небанківського фінансового сектору [Електронний ресурс] // Національний банк України. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua/news/all/zakon-pro-split-zabezpechit-prozorist-nadiynist-ta-efektivnist-nebankivskogo-finansovogo-sektoru>.*

3. *Черняхівський В. СПЛІТ як криве дзеркало реформ [Електронний ресурс] / В'ячеслав Черняхівський // НВ. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://biz.nv.ua/experts/reformy-dlya-ekonomicheskogo-rosta-zayavleniya-zelenskogo-novosti-ukrainy-50041577.html>.*

аспірантка Державної навчально-наукової установи
«Академія фінансового управління»

Науковий керівник: д. держ. упр., професор О. М. Іваницька

МІКРОФІНАНСОВЕ КРЕДИТУВАННЯ

Останнім часом активно розвивається ринок мікрофінансових організацій (МФО). МФО – це фінансова установа, яка займається наданням мікрокредитів населенню, малому і середньому бізнесу за рахунок залучених коштів. Перші небанківські кредитні установи такого типу в нашій державі з'явилися у 2003 році. Їх масове входження на ринок припало на 2009-2011 роки, з кожним роком їх кількість зростає [1].

Підходи до оцінки позичальника при видачі кредиту у банків та МФО різні. Кредитна історія є однією з характеристик позичальника, але фінансові установи інтерпретують її по-різному. Банки звертають увагу на довгострокову кредитну історію: якщо є прострочення хоча б по одному кредиту, то позичальник вже вважається ненадійним. Також банки аналізують, скільки грошей генерує позичальник і яку частину свого доходу може віддавати на погашення кредиту. Для МФО важливо те, як людина повертає короткострокові кредити. Зокрема, якщо у позичальника може бути прострочення з автокредитом (за яким треба віддавати великі суми), але при цьому він вчасно повертає мікрокредити, то такий клієнт вже вважається благонадійним.

Варто зазначити, що банк досконаліше вивчає клієнта. Зокрема, клієнт надає про себе вичерпні дані та документи: паспорт, ПІН, місце проживання і т.д. Для МФО важливо мати контакти людини, оскільки телефон – це основний засіб зв'язку з клієнтом.

Порівняно з МФО банківські кредити видаються на великі суми (у середньому 17-18 тисяч грн.), на довгостроковий термін, а також в більшості випадків мають цільовий характер. Мікрокредити – це короткі кредити, до заробітної плати терміном до 30 днів. Для кредитора цілі не важливі, ризики більше, і тому кредити дорожче [2].

У випадку з МФО клієнт може одночасно подавати заявки відразу в кілька компаній. Для банківських установ цього недостатньо, позичальнику необхідно звернутись у відділення та надати документи. Банки краще взаємодіють та обмінюються інформацією про клієнтів. Спираючись на тривалий досвід, банки розуміють, наскільки для них важлива ця інформація. МФО поки що недостатньо досвідчені у цьому питанні, через це з різних причин не хочуть обмінюватись інформацією: наприклад, розраховуючи на те, що позичальник візьме новий кредит для погашення попереднього.

Заборгованість по МФО з кожним роком зростає, ринок сформований, але маркетингова політика така, якщо позичальник кілька разів оформлює кредит та вчасно повертає, то йому підвищують ліміт на кожну наступну позику. За статистикою, підвищення ліміту часто призводить до неповернення кредитів. Ось і виходить, що серед вже сформованого пулу клієнтів зростає прострочення [2].

У розвинених країнах світу з ефективними економікою та банківською системою основними організаціями, які здійснюють оцінку банківських ризиків, виступають кредитні бюро (реєстри). В Україні не сформована культура ведення кредитної історії. Хоча, відповідно до вітчизняного законодавства, кожна людина один раз на рік може безкоштовно отримати свою кредитну історію. Для порівняння: у США близько половини запитів в кредитні бюро йде від самих людей, які хочуть оцінити свої фінансові можливості. Питанням хорошої кредитної історії приділяється багато уваги у Великобританії. Близько 30% молодих британців оформляють кредитні картки не заради кредиту, а для побудови позитивної кредитної історії, щоб в майбутньому можна було взяти іпотеку або придбати авто на більш вигідних умовах [3].

Отже, з одного боку отримати кредит у МФО набагато простіше, не потрібно їхати у відділення, стояти у черзі, збирати та оформлювати документи, відповідати на питання. З іншого, реальна річна відсоткова ставка за користування кредитом є високою. Також у договорах прописана пеня та штрафні санкції, які у більшості МФО складають 3% в день у разі прострочення закриття кредиту. Ризик-менеджмент в МФО відрізняється від банківського. У великих МФО система ризик-менеджменту налагоджена добре, у дрібних гірше, оскільки це затратно. Зазначимо, що віддалена ідентифікація клієнта не така надійна, як особиста присутність. Коли запит приходить онлайн, є технології, які дозволяють обійти систему безпеки й взяти кредит на іншу людину. Підвищує ризики можливість одночасного кредитування в декількох компаніях, а також їх небажання ділитися один з одним цією

інформацією. Неправильний ризик-менеджмент призводить до неповернення кредитів, що впливає на дохід обох сторін.

Література:

1. Молодоженя І. Мікрофінансові організації (МФО) України: як вони функціонують? [Ел. ресурс]. – Режим доступу: <https://loando.ua/statis/mikrofinansovi-orhanizatsiyi>. – Назва з екрана.
2. Жуматій А. Андрей Каминский: украинцы не до конца понимают значимость своей кредитной истории. - [Ел. ресурс] – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ru/news/-/456805/andrej-kaminskij-ukraintsy-ne-do-kontsa-ponimayut-znachimost-svoej-kreditnoj-istorii>. – Назва з екрана.
3. Дубілет Д. О. Характерні особливості банківського сектору Великобританії. -[Ел. ресурс] – Режим доступу: https://t.me/dmytro_dubilet. – Назва з екрана.

Рилєєв С.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри обліку і оподаткування
Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ

ПОДАТОК НА ПРИБУТОК: ОБ'ЄКТ ФІНАНСОВОГО ТА ПОДАТКОВОГО АНАЛІЗУ

Необхідною умовою ефективного функціонування вітчизняних підприємств у конкурентному середовищі, важливим фактором забезпечення їх економічної безпеки, виступає побудова такої системи прогнозування та планування оподаткування, яка б враховувала всі особливості його фінансово-господарської діяльності, та при використанні якої платник податків матиме можливість регулярно аналізувати податкові наслідки операційних, фінансових та інвестиційних операцій.

При цьому побудована та функціонуюча система податкового аналізу сприятиме оперативному та ефективному управлінню ресурсами, грошовими потоками підприємства, прогнозуванню податкових зобов'язань у коротко- та довгострокових періодах, запобіганню податкових санкцій та зниженню податкових ризиків.

Податковий аналіз – це комплекс досліджень системи оподаткування, оцінка її справедливості та ефективності, розрахунку впливу різних факторів на стан податкових розрахунків та дослідження їх оптимізації.

На мікроекономічному рівні змістом податкового аналізу є обґрунтування обсягу та структури податкових платежів, оцінка тенденцій, що складаються за податковим навантаженням, діагностика податкових платежів і можливостей їх зміни, рекомендація податкових розрахунків у часі та зміна умов їх здійснення [1, с. 120].

Якщо брати окремих вид податку – податок на прибуток підприємства, він відображається у бухгалтерського обліку за вимогами національних П(С)БО або МСБО (МСФЗ). Тобто база оподаткування визначається як різниця між сукупними доходами (без врахування непрямих податків та вирахувань з доходів) та витратами від всіх видів діяльності (фінансовими результатами), які є об'єктами фінансового аналізу.

Існуючі на сьогодні відмінності у системі оподаткування та бухгалтерського обліку перешкоджають отриманню достовірної інформації для формування бази оподаткування. Разом з тим, ігнорування вимог податкової системи може спричинити зниження значущості бухгалтерської інформації для управління.

Податок на прибуток є об'єктом як податкового так і фінансового аналізу та менеджменту підприємства.

Деталізація, яка наведена на рис. 1, показала, що фінансовому та податковому аналізу податку на прибуток притаманні як спільні, так і специфічні об'єкти. Аналогією виступають й інші складові організаційно-інформаційної моделі аналізу (мета та завдання, методи, суб'єкти, система показників та інформаційна база аналізу) податку на прибуток.

Податок на прибуток є об'єктом не лише фінансового та податкового, але й управлінського, інвестиційного, інноваційного, стратегічного та іншого видів аналізів, які, у сукупності, враховуючи принципи системності та комплексності, створюють інформаційну базу для прийняття обґрунтованих оперативних, тактичних та стратегічних управлінських рішень.

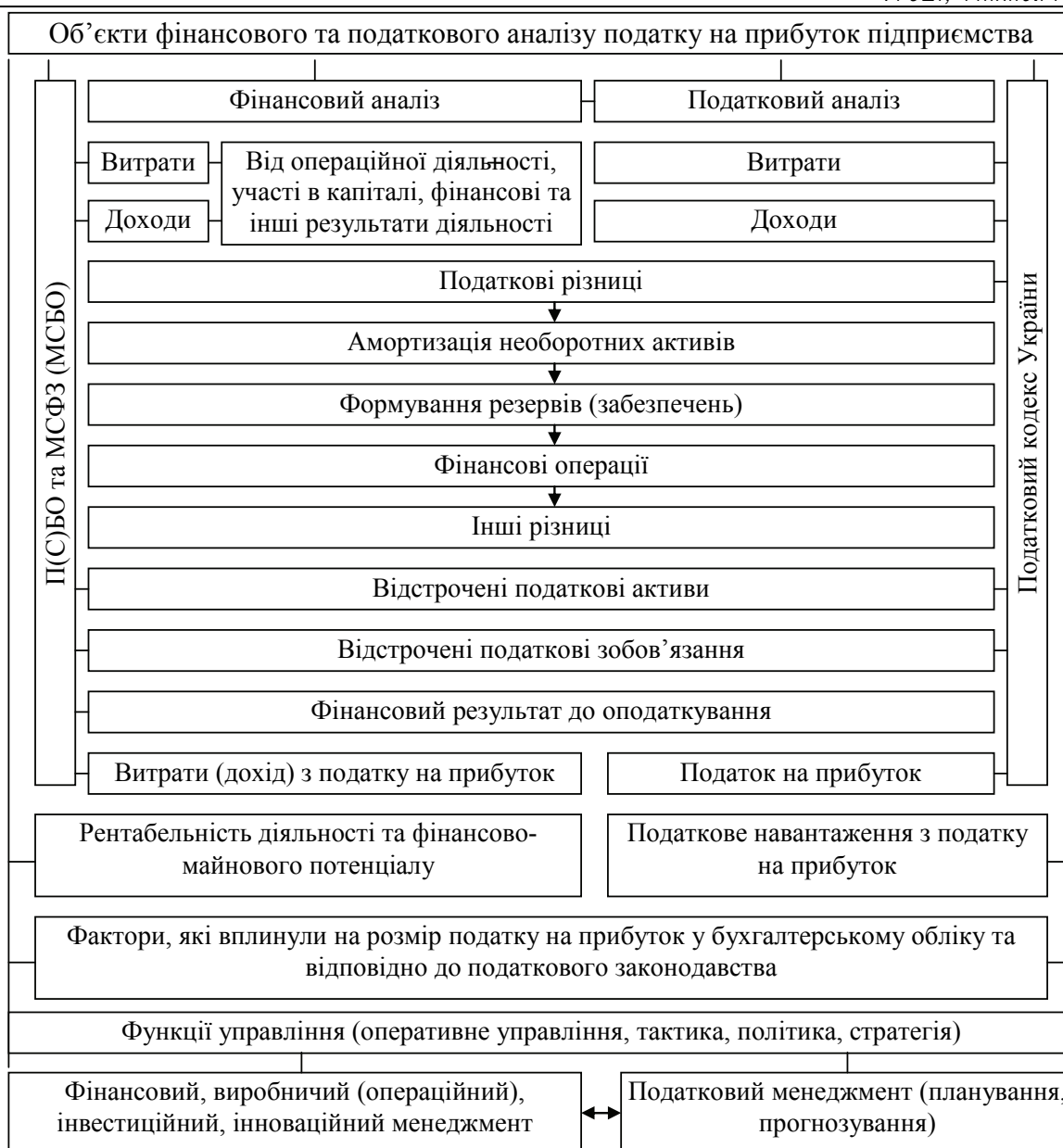


Рис. 1. Основні об'єкти фінансового та податкового аналізу податку на прибуток підприємства

Література:

1. Барабаш Н. С., Никонович М. О. Податковий аналіз: зміст та особливості розвитку. *Культура народів Причорномор'я*. 2013. № 256. С. 119-123.

Рудницька К.С.,

курсант 2 курсу факультету економіко – правової безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.В. Соломіна

Туряк Х.Д.,

курсант 2 курсу факультету економіко – правової безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.В. Соломіна

ДИНАМІКА ЕКСПОРТНО - ІМПОРТНОЇ ПОЗИЦІЇ УКРАЇНИ

Одними з показників, що характеризують конкурентоспроможність національної економіки, є обсяги експортно-імпоротної діяльності країни [1].

За останні п'ять років економіка України зазнала досить значних змін. За даними Державної служби статистики України у 2017 році нашими партнерами були 223 країн світу [4, с. 9]. При цьому спостерігається тенденція щодо зменшення обсягів експортно-імпоротної діяльності з країнами СНД і збільшення з іншими країнами світу, зокрема з країнами ЄС. Частка експорту товарів і послуг України до країн СНД у 2015 році становила 24,2%, у 2016 р. – 21,6%, у 2017 р. – 20,3%.

Щодо частки експорту України до країн ЄС, то за аналогічні періоди цей показник дорівнював 32,8%, 35,1% і 38,3% відповідно. Аналогічна тенденція простежується із часткою імпорту товарів і послуг. У 2015 році частка імпорту з країн СНД до України становила 26,2%, з країн ЄС – 42,1%; у 2016 р. – 20,7% і 43,9%; у 2017 р. – 22,0% і 42,4% відповідно [4, с. 16].

Проведемо аналіз ВВП України свідчить про те, що протягом 2008–2017 років простежуються періоди як значного зростання, так і різкого його падіння. За досліджуваний період найбільше значення ВВП в Україні спостерігалось у 2008 році і дорівнювало 179,82 млрд. дол. США, з 2014 року показник ВВП знижується, досягаючи найменшого значення у 2015 році – 91,03 млрд. дол. США. Суттєве зниження ВВП України відбулося у 2009 році, що було зумовлено наслідками світової економічної кризи, і у 2014–2015 роках, що пов'язане з військовими подіями на Сході України, економічною і політичною кризою. Позитивним є те, що починаючи з 2016 року ВВП України демонструє тенденцію до зростання [2,3].

Порівняння показників обсягу експорту й імпорту товарів і послуг, характеризується ситуацією, відповідно до якої динаміка експорту товарів і послуг у діючих цінах Україна з 2008 по 2013 роки займала п'яте місце, з 2014 року – шосте. Найбільші значення обсягу експорту товарів і послуг в Україні спостерігалися у 2008 році – 79,89 млрд дол. США, у 2011 році – 81,28 млрд дол. США, у 2012 році – 83,88 млрд дол. США. Найнижче – 46,02 млрд дол. США у 2016 році. Значне зниження обсягів експорту товарів і послуг в Україні спостерігалось у 2009 і 2014 роках.

Приведені результати демонструють досить різкі коливання обсягів імпорту України. У 2008 році Україна за обсягами імпорту посідала четверте місце (96,84 млрд дол. США), у 2009 році – шосте (54,03 млрд дол. США). Починаючи з 2010 до 2012 року спостерігалось зростання обсягів імпорту, з 2013 року імпорту товарів і послуг починає знижуватися і у 2015 році досягає найнижчого значення 50,22 млрд дол. США [5].

Аналіз відносних показників експортно - імпоротної діяльності України в контексті експортної квоти коливаються в межах від 42,9% у 2013 році до 52,6% у 2015 році.

Україна за значеннями імпоротної квоти займає середні позиції за її рівня зміни з 52,5% у 2008 р. до 55,6% у 2017 р. Найнижче значення імпоротної квоти України спостерігалось у 2009 р. – 45,9%, найвище – 56,4% у 2012 році [6].

Як свідчать розраховані дані, частка українського експорту й імпорту у світовому має тенденцію до зменшення. Якщо у 2008 році частка експорту України становила 0,40%, то у 2017 році – 0,23%, частка імпорту у 2008 році дорівнювала 0,49% у 2017 році – 0,28. Порівняння часток експорту й імпорту показує, що Україна імпортує товарів і послуг більше, ніж експортує.

Щодо вітчизняного експорту і імпорту товарів і послуг щодо обсягів ЄС, то у 2009 році показники України менші, ніж у 2008 році, з 2010 по 2012 рік відбувалося їх зростання, починаючи з

2013 по 2016 рік спостерігалася тенденція щодо зменшення. Порівняння часток українського експорту й імпорту до обсягів ЄС демонструє перевищення імпорту.

Проведене дослідження показало, що Україна за показниками зовнішньоекономічної діяльності (обсягами експорту й імпорту товарів і послуг, експортної і імпортної квот) наближена до європейських країн. За 2008–2017 роки спостерігаються періоди як зростання, так і зниження обсягів, при цьому позитивним моментом є те, що, незважаючи на наслідки соціально-економічної кризи, інтенсивність міжнародної торгівлі України починаючи з 2017 року підвищується.

Література:

1. *Богацька Н.М. Аналіз розвитку зовнішньоторговельної діяльності України та можливості її покращення. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2017. Вип. 18. С. 24–27.*
2. *Голубова Г.В. Статистичний аналіз та прогнозування експорту України. Статистика України. 2018. № 2. С. 6–12.*
3. *Дунська А. Експортно-імпортна діяльність України. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 3. С. 36–46.*
4. *Зовнішня торгівля України товарами і послугами у 2017 році: статистичний збірник / Державна служба статистики України. Київ, 2018. 148 с*
5. *Export of goods and services (% of GDP): data/ World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS?locations=UA> (Accessed 11 March 2019)*
6. *Import of goods and services (% of GDP): data/ World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.IMP.GNFS.ZS?locations=UA> (Accessed 11 March 2019).*

САЛМІН О.М.,

студент 2 курсу магістратури кафедри економіки і менеджменту
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г. О. Сукрушева

ЕТАПИ ВПРОВАДЖЕННЯ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розвиток бізнесу в Україні має високі темпи і висуває жорсткі вимоги до усіх підприємств. Збільшення конкуренції сприяє зниженню прибутку. Для поліпшення процесу прийняття стратегічних рішень, та оцінки можливих наслідків цих рішень потрібно впроваджувати бюджетування.

Бюджетування – це сучасний процес управління капіталом підприємства в цілому та його структурних підрозділів за допомогою системи взаємо- пов'язаних бюджетів, особливостями якого (бюджетування) є максимальне врахування інформації як внутрішнього, так і зовнішнього характеру, орієнтованість на досягнення цілей стратегії підприємства (цілеспрямованість) із застосуванням функцій: планування, організації, регулювання, координації, мотивації, контролю, що дозволяє забезпечити життєздатність бюджету, як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі [1]. Ця область керівництва підприємством розглядається вітчизняними і зарубіжними науковцями – економістами. Так, наприклад, Стоянова Е.С. [2] досліджувала сутність бюджетування, Харко А.Ю. [3] – основні принципи бюджетування. Але недостатньо уваги приділялося етапам розробки і імплементації бюджетування.

Ці етапи є найбільш комплексними й важкими. Представимо основні етапи впровадження бюджетування на підприємстві і їх стислий опис.

1. Проектний етап – фінансова і організаційна діагностика підприємства.

Процес обстеження складається з здобуття необхідної інформації стосовно різних бізнес - процесів та про організаційну та фінансову структуру фірми, існуючих неявно або затверджених методологічних документів які пов'язані з існуючим процесом бюджетування на підприємстві. Організаційна діагностика – це сукупність методів дослідження підприємства. Вона дає розуміння стосовно сильних та слабких сторонах, наявних ресурсах, потенційних можливостях, дає розуміння, які елементи системи управління не враховано або недооцінено керівниками. Фінансова діагностика – це впровадження фінансово - економічного аналізу роботи за попередні періоди:

1. оцінка реального і абстрактного капіталу компанії;
2. оцінка фінансової спроможності;
3. ліквідності;
4. аналіз ділової активності;

Під час впровадження бюджетування необхідно врахувати багато чинників, які впливають на майбутню систему. Для успішної реалізації необхідно розглянути наступні питання:

1. організаційну і фінансову структуру підприємства;
2. специфіку діяльності підприємства та основні технологічні процеси;
3. регламент, а саме спосіб налагодження фінансової дисципліни. Головна мета бюджетного регламенту – забезпечити контроль та хід виконання бюджетів різних видів і рівнів керування;

2. Другий етап – розробка методології бюджетування.

Для створення бюджетування важливо розробити його методологію. За відсутності бюджетного регламенту і положення про бюджетування воно не буде функціонувати ефективно.

3. Третій етап – планування фінансово-економічної моделі та організаційних процесів функціонування бюджетування.

Цей етап включає наступні заходи:

1. визначення джерел інформації, необхідних для розрахунків економічних показників на підприємстві і його структурним підрозділам;

2. створення інформаційної моделі формування планової інформації для підприємства і його структурним підрозділам;

3. побудова інформаційної моделі формування фактичної інформації згідно підприємства і його структурних підрозділів;

4. аналіз аналітичних і управлінських звітів для впровадження бюджетування підприємства і його структурних підрозділів;

5. визначення порядку, формування планових і фактичних показників контролю виконання бюджету підприємства і його структурних підрозділів;

4. Четвертий етап – вибір програмного продукту.

Згідно до процедур узгодження бюджету, принципів і алгоритмів розрахунку, підбирається відповідний програмний продукт. Він повинен бути достатньо функціональним для вирішення поставлених завдань, при цьому володіти невисокою вартістю.

5. П'ятий етап проекту – впровадження автоматизованої системи.

Налаштування, тестування і системи. В процесі тестування системи перевіряється робота всіх заданих алгоритмів, виявляються помилки та помилки в системі виявлені в процесі роботи користувачів з реальними даними.

Література:

1. *Калініна О.М. Бюджетування в управлінні оборотним капіталом промислового підприємства / О.М. Калініна, О.М. Ястремська, В.П. Божко. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2009. – 278 с.*

2. *Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: российская практика. / Е.С. Стоянова. – М.: Перспектива, 1995.– 200 с.*

3. *Харко А.Ю. Бюджетування у процесі управління фінансовою діяльністю підприємства / А.Ю. Харко // Фінанси України. – 2001. – № 9. – С. 87- 91.*

СВІРСЬКИЙ В.С.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародної економіки
маркетингу і менеджменту

Тернопільського національного економічного університету

БЕВЗ О.В.,

студентка 2 курсу магістратури

Тернопільського національного економічного університету

МЕДИЧНЕ СТРАХУВАННЯ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Систему охорони здоров'я в Україні можна охарактеризувати як недосконалу та застарілу. Для неї притаманні відсутність належного медичного обслуговування, моральний і фізичний знос відповідної інфраструктури, незначні обсяги інвестицій та бюджетного фінансування, нерівномірний та нерациональний розподіл фінансових ресурсів у системі, значна кількість звернень громадян за медичними послугами, низький рівень профілактичної медицини тощо. Все це призводить до низького рівня життя населення в країні, демографічної кризи, еміграції. Світовий досвід свідчить [1; 2], що

найбільших здобутків у вирішенні проблеми зміцнення здоров'я громадян досягли ті країни, які запровадили в системі охорони здоров'я систему медичного страхування.

Медичне страхування є складовою функціонування системи охорони здоров'я, економічний базис якої формують фінансові ресурси із спеціальних страхових фондів, що формуються за рахунок грошових внесків суб'єктів господарювання і організацій різних форм власності. Ці ресурси призначені для фінансування надання медичної допомоги населенню в рамках страхових програм.

Виділяють дві базові форми медичного страхування: обов'язкове медичне страхування (ОМС) та добровільне медичне страхування (ДМС) (рис. 1).

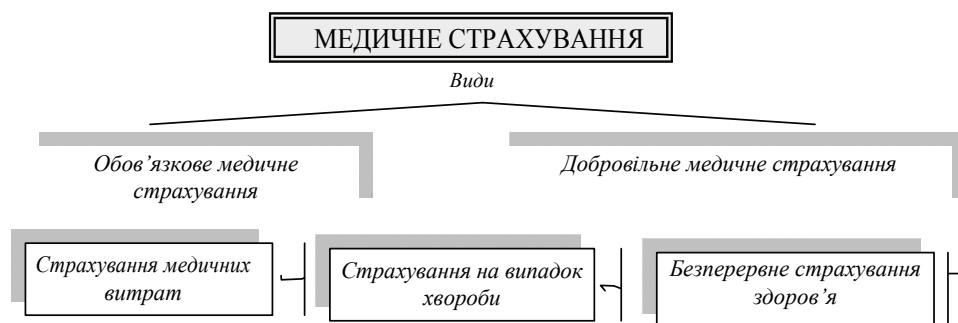


Рис. 1. Структура медичного страхування в Україні

Примітка. Складено авторами.

Кожна зі згаданих форм медичного страхування має спільні риси та свої особливості. Зокрема, це економічні та організаційно-правові засади й принципи, фінансовий механізм функціонування реалізації. ОМС є видом обов'язкового соціального страхування в державі. Воно є системою організаційних, економічних та юридичних заходів, що спрямовані на забезпечення при настанні страхового випадку гарантій надання страхувальнику медичної допомоги за рахунок коштів страховика. Натомість ДМС пов'язане з компенсацією пацієнтам витрат, зумовлених оплатою медичної допомоги у разі втрати ними здоров'я з будь-якої причини.

Очевидно, що система ОМС самостійно не спроможна повністю задовольнити потреби пацієнтів в усьому спектрі медичних послуг, що формує потребу розвитку приватного ДМС. ДМС є майже в усіх країнах світу, оскільки бюджетних видатків на медицину, як правило, не вистачає для належного її фінансування. На наш погляд, ОМС буде гарантувати базовий спектр надання медичних послуг, а ДМС забезпечувати підвищення їх якості, позаяк поліси ДМС дають змогу отримати медичні послуги понад програми обов'язкового медичного страхування.

Ринок ДМС в Україні починаючи з 2005 р. характеризувався постійною зміною показників діяльності залежно від економічної ситуації в країні (кількість страхових компаній в сфері ДМС та укладених договорів в Україні не мала вираженої динаміки і залежала від поглиблення кризової ситуації у 2008 р., 2014 р., а також через окупацію АРК, військового конфлікту на Донбасі тощо [3]). Водночас, у 2005–2019 рр. спостерігається стала тенденція до поступового збільшення надходження страхових премій і виплат за договорами ДМС [4].

Розвиток ДМС в Україні за посередництва страхових компаній стримується низькою платоспроможністю домогосподарств, недостатнім зацікавленням громадян, відсутністю страхової культури та фінансової грамотності, а також дещо негативним ставленням і недовірою до інституцій страхової сфери. Досвід країн, у яких реформа медичного страхування вже відбулася і запроваджено ОМС і ДМС, надає бачення про підходи, інструментарій, напрями вдосконалення і проблеми, що виникають при проведенні реформ. Зрозуміло, що немає єдиної правильної системи фінансування охорони здоров'я та запровадження медичного страхування. Перед початком запровадження ОМС і ДМС в Україні слід сформувати чітке розуміння переваг і недоліків чинної системи.

Література:

1. Мник В. М. Медичне страхування за кордоном та можливості його реалізації в Україні. *Економіка та держава*. 2006. № 11. С. 39–41.
2. Кнейслер О. В., Шура Л. 3. Медичне страхування в Україні : реалії функціонування та перспективи розвитку : монографія. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2018. 192 с.
3. Пархета Л. Медичне страхування та його роль у фінансовому забезпеченні системи охорони здоров'я в Україні. Дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. КНЕУ. К., 2018. 248 с.
4. Інформація про стан і розвиток страхового ринку України. URL: <https://www.nfp.gov.ua/ua/Informatsiia-pro-stan-i-rozvytok-strakhovoho-rynku-Ukrainy.html> (дата звернення: 12.10.2019).

ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ ПРОЄКТІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ НА 2020-2022 РОКИ

Досліджувана тема є актуальною. У 2015 році в Україні розпочалась реформа фінансової децентралізації. Її початком можна вважати прийняття змін до Бюджетного та Податкового кодексів України в частині передачі органам місцевого самоврядування додаткових бюджетних повноважень і закріплення стабільних джерел доходів для їх реалізації [1,2]. Завдяки фінансовій децентралізації місцеві бюджети зросли у 2018 році, порівняно з 2014 роком, на 165,4 млрд грн, а саме з 68,6 млрд до 234 млрд грн [3].

Під час складання проєктів місцевих бюджетів на 2020 рік та прогнозів місцевих бюджетів на 2021-2022 роки Міністерством фінансів України було прийнято рішення, що державна бюджетна політика буде спрямована на підвищення прозорості використання та результативності розподілу бюджетних ресурсів, наданих на розвиток певних галузей; удосконалення міжбюджетного регулювання; зміцнення фінансової стабільності місцевих бюджетів, а також створення дворівневої системи міжбюджетних відносин [4].

У порівнянні з іншими роками, державна бюджетна політика на 2020-2022 роки передбачає основні макроекономічні показники економічного і соціального розвитку України.

Таблиця 1

Прогнозні показники ВВП в Україні

Показники	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік
	Очікуване	Прогноз		
Валовий внутрішній продукт:				
Номінальний (млрд. гривень)	4 035,2	4 551,7	5 069,9	5 617,3
У відсотках до попереднього року	102,8	103,3	103,8	104,1

Джерело: [5].

За думкою експертів, під час складання видаткової частини проєкту місцевого бюджету на 2020 рік та прогнозу місцевого бюджету на 2021 – 2022 роки обов'язково має бути врахована оплата праці працівників бюджетних установ, відповідно до умов оплати праці та розміру мінімальної заробітної плати [6].

Прожитковий мінімум є базовим державним соціальним стандартом, на основі якого визначаються державні соціальні гарантії та стандарти у сферах доходів населення, охорони здоров'я та освіти.

Прожитковий мінімум у 2020 році підвищуватиметься темпами, що на 2 відсоткових пункти перевищують показник прогнозного індексу споживчих цін на 2020 рік. Зростання розмірів прожиткового мінімуму відбуватиметься з 1 липня та 1 грудня 2020 року [7].

Таблиця 2

Прожитковий мінімум на 2020-2022 роки

Показники (в розрахунку на 1 особу)	2020 рік	2021 рік	2022 рік
З 1 січня року (гривні)	2027	2189	2358
З 1 липня року (гривні)	2118	2288	2464
З 1 грудня року (гривні)	2189	2358	2530

Крім того, протягом 2020 – 2022 років держава буде продовжувати надавати підтримку для реалізації інвестиційних програм та проєктів регіонального розвитку за рахунок державного фонду регіонального розвитку. З цією метою в показниках граничних обсягів видатків та надання кредитів загального фонду державного бюджету для розвитку громад та територій України враховано відповідні кошти з урахуванням вимог частини першої статті 24¹ Бюджетного кодексу України.

Таким чином можна зробити висновок, що нова законодавча база створила належні умови та механізми для складання проєктів місцевих бюджетів на 2020-2022рр., їх прозорості та результативності.

Література:

1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 №2456-VI. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/ed20120205/\(дата звернення 25.09.19\)](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17/ed20120205/(дата%20звернення%2025.09.19))
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755- VI URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/\(дата звернення 25.09.19\)](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/(дата%20звернення%2025.09.19))
3. Результати першого етапу децентралізації в Україні 2014-2018 роки URL: [https://decentralization.gov.ua/about/\(дата звернення 22.09.19\)](https://decentralization.gov.ua/about/(дата%20звернення%2022.09.19))
4. Мінімальна зарплата та прожитковий мінімум-2020: прогнозні показники Мінфіну URL: [https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=20817/\(дата звернення 22.09.19\)](https://hrliga.com/index.php?module=news&op=view&id=20817/(дата%20звернення%2022.09.19))
5. Про особливості складання проекту місцевого бюджету на 2020 рік та прогнозу місцевого бюджету на 2021 – 2022 роки URL: [https://buhgalter.com.ua/upload/news/2019/9/Lyst.pdf/](https://buhgalter.com.ua/upload/news/2019/9/Lyst.pdf/(дата%20звернення%2022.09.19)) (дата звернення 22.09.19)
6. Бюджет 2020. Что планирует правительство и чего ждать украинцам URL: [https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2019/06/6/648515/\(дата звернення 22.09.19\)](https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2019/06/6/648515/(дата%20звернення%2022.09.19))

СХІДНИЦЬКА Г. В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Львівського національного аграрного університету

ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ВИРОБНИЦТВА НА УМОВАХ КОМЕРЦІЙНОГО РОЗРАХУНКУ

Однією з найбільш гострих проблем сучасного стану вітчизняної економіки є забезпечення розвитку життєво-важливої сфери економіки – сільського господарства. Реформування аграрного сектору економіки змінюють функціонування сільськогосподарських підприємств і заставляють нести відповідальність за результати своєї діяльності. Підприємства повинні формувати таку систему управління, яка забезпечувала б конкурентоспроможність, стійкий розвиток і досягнення максимального ефекту.

В сучасних умовах господарювання функціонування агроформувань наповнюється новим вмістом, який знаходить своє відображення в комерційному розрахунку, орієнтований на власні сили і ресурси і прагнення отримати максимальний прибуток. У цих умовах внутрішньогосподарський розрахунок направлений на поліпшення результатів при комерційному розрахунку і містить його елементи. Внутрішньогосподарський розрахунок здійснюється в рамках власної організації, комерційний – між власниками. Комерційний розрахунок дозволяє створити такі умови, при яких зовнішні і внутрішньогосподарські відносини систематизуються і діють в одному режимі.

Для вдосконалення управління процесом сільськогосподарського виробництва при використанні комерційного розрахунку, пропонуємо наступні заходи. А саме:

- ✓ Удосконалювати форму управління сільськогосподарським виробництвом необхідно на всіх рівнях влади, приділяючи основну увагу зростанню виробництва сільськогосподарської продукції і поліпшенню умов праці для всіх учасників виробничого процесу;
- ✓ Створити умови для залучення інвестицій в АПК, включаючи розробку інвестиційних проектів і пошук інвесторів по їх реалізації, а також надавати допомогу працюючим сільськогосподарським підприємствам, що діють;
- ✓ Сприяти інформаційному забезпеченні сільськогосподарських підприємств. Насамперед, це надання достовірної інформації погоди на короткостроковий, середньостроковий і довгостроковий період;
- ✓ Розподілити повноваження між всіма рівнями влади, які б комплексно діяли у прийнятті спільних і життєво необхідних для АПК.

Для покращення ситуації в сільському господарстві необхідне подальше вдосконалення економічного механізму через посилення важелів комерційного розрахунку. Доцільно збільшити державний вплив для успішного розвитку сільського господарства через індикативне планування основних показників галузі. А саме, через обсяги виробництва та виділених фінансових ресурсів у тому числі на інвестиції, забезпечення нормативної бази для правового регулювання галузі сільського господарства шляхом оптимізації інтересів держави, адміністративно-територіальних одиниць, сільськогосподарських виробників та учасників виробничого процесу [1, С. 118-119].

Господарюючі суб'єкти для покращення фінансової стійкості сільськогосподарських підприємств при комерційному розрахунку необхідно:

- використовувати наявні ринкові важелі, які прямопропорційно впливають на ціноутворення за рахунок якості продукції, об'єму і термінів її реалізації;
- оптимізувати терміни сплати дебіторсько-кредиторській заборгованості з врахуванням суми і термінів сплати;
- розширити використання кредиту, особливо пільгової для зниження ризику фінансової діяльності;
- сприяти диверсифікації діяльності підприємств, яка повинна бути заснована на поєднанні як профільних з переробкою продукції, так і інших видів діяльності тощо.

З метою покращення фінансових результатів і зростання оплати праці організація виробництва усередині підприємства має бути здійснена на принципах першої або другої форми внутрішньогосподарського розрахунку. Із зростанням валового доходу випереджаючими темпами необхідно вести зростання оплати праці і соціальний захист працівників. Третя форма внутрішньогосподарського розрахунку може застосовуватися тільки для віддалених від головного підприємства крупних підрозділів в межах простого відтворення [2, С. 322].

Таким чином, для вдосконалення управління сільськогосподарським виробництвом доцільним є розмежування повноважень і відповідальності різних органів влади і керівників сільськогосподарських підприємств, що, на нашу думку, дасть можливість підприємствам аграрної сфери ефективніше здійснювати свою діяльність.

Література:

1. Литвин Б. М., Стельмах М. В. *Фінансовий аналіз: навч. посіб. К.: «Хай-Тек Прес», 2008. 336 с.*
2. Савицька Г. В. *Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посібн. К.: Знання, 2007. 668 с.*

ТАРАНОВСЬКИЙ М.В.,

студент 1 курсу магістратури факультету інформатики та обчислювальної техніки
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імена Ігоря Сікорського»

Науковій керівник: к.е.н., доцент М.О. Чуприна

СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ ТА ЙОГО МІСЦЕ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

У більшості країн світу з високим рівнем економіки компанії зі страхування життя вже дуже давно відіграють провідну роль на ринку фінансових послуг, адже страхові компанії є одними з головних інструментів інвестицій в економіку країни. Недосконалість державної системи соціального захисту населення України, а також підвищення соціальних ризиків актуалізують дослідження стану і тенденцій розвитку вітчизняної системи страхування життя як елемента соціального захисту і технології управління соціальними ризиками.

В Україні страховий ринок є досить молодим. Його розвиток розпочався разом із отриманням незалежності. Незважаючи на досить короткий термін, компанії страхування життя вже мають певні проблеми, які стримують їхнє подальше становлення. Нерозвинуте законодавство, відсутність сильної системи фінансового посередництва, незацікавленість держави в прогресі сфери страхових послуг, мала зацікавленість на страхові послуги та багато інших факторів, через які страхові компанії не мають можливостей для розвитку.

В Україні інвестиції у страхування життя непопулярні переважно через те, що для нестабільних економік характерні прагнення до максимального заробітку та можливості швидко «забрати» гроші. Головною відмінною особливістю ринку страхування життя в нашій країні є низький рівень проникнення, тобто частки валових страхових премій у ВВП країни. Для країн з розвинутою соціально-економічною системою даний показник перевищує 5%. В Україні даний показник протягом 2007–2018 рр. коливався в межах від 0,08% до 0,25%. Зазначене свідчить про надзвичайно низький рівень розвитку страхування життя в Україні, що безпосередньо пов'язане із відсутністю культури страхування та довіри до гравців фінансового ринку з боку населення, відсутністю підтримки страхування життя на державному рівні.

Стосовно проблеми з'ясування місця України серед країн Європи, то дані дають можливість зробити маловтішні висновки. На ринку «Life» на душу населення становлять \$2,5, а середнє значення по Європі – \$1098,8 [1]. Однак, не можна не відмітити, що за останніми даними, ринок страхування життя в Україні увійшов до ТОП-3 динамічних ринків країн світу, продемонструвавши одну з кращих динамік (зростання – 22,2%) надходження страхових премій по страхуванню життя в валютному еквіваленті з урахованням інфляції за 2018 рік [2].

Варто зазначити, що в європейських країнах страхування не потрібно нав'язувати, люди вибирають його усвідомлено як необхідний елемент соціального благополуччя [3].

Розвиток страхового ринку стримує також низький рівень страхової культури населення, оскільки більшість українців страхує життя лише в крайньому випадку [4]. Українці ще здавна вибрали депозит як базовий спосіб накопичення та збереження капіталу й продовжують робити на нього ставку і сьогодні. Та, на жаль, не враховують при цьому суттєві недоліки і ризики, які притаманні банківським вкладам.

Головною перевагою страхування життя є надійність. Всі резерви, які сформовані з накопичень клієнтів, відповідно до статті 31 Закону України «Про страхування», не є власністю страхової компанії, а відокремлені від її іншого майна [5]. Тому навіть в разі ліквідації компанії так звані математичні резерви, які перебувають на спеціальному окремому рахунку, будуть передані іншому страховику, якщо страхувальники згідні з цим, або розподілені між клієнтами. Страхова компанія захищає сім'ю навіть в разі смерті застрахованого і в перші роки дії договору виплачує повну страхову суму, яку страхувальник повинен був накопичити за весь термін полісу.

Таким чином, на підставі проведеного аналізу, можна зробити висновок, що система страхування життя є необхідним доповненням до системи державного соціального забезпечення. Наявність позитивних тенденцій на ринку страхування життя дозволяє зробити висновок, що даний ринок потенційно може стати одним з інструментів соціального забезпечення. Можна виділити основні напрями щодо вдосконалення ринку страхування життя в Україні:

1. Зменшення кількості страхових компаній дасть змогу зменшити рівень тінізації економіки.
2. Важливо також зробити страхові компанії надійними інвесторами для підвищення їхньої доходності.
3. Надати гарантії на законодавчому рівні щодо збереження коштів за довготерміновими видами страхування.

Реалізація концепції розвитку ринку страхування в Україні поліпшить його якість і забезпечить сталий розвиток вітчизняної економіки.

Література:

1. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL : www.ukrstat.gov.ua.
2. УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ - 83-Й У СВІТІ [Електронний ресурс] // Фінанси та економіка. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://finbalance.com.ua/news/ukrainskiy-rinok-strakhuvannya-zhittya>.
3. Накопичувальне страхування у Європі. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://invest-insurance.ru/nakopitelnoe-strahovanie-v-evrope/>.
4. Гаманкова О. О., Хлівний В. К. Страховий ринок України у глобальному страховому просторі. Фінанси України. 2012. № 5. С. 58–67
5. Про страхування: Закон України; зі змінами, внесеними згідно із Законами від 1 січня 2017 р. No 1792-VIII (1792-19). ВВР. 2017

ТЕРЛЕЦЬКА В.О.,

к.е.н., асистент кафедри Менеджменту і міжнародного підприємництва
Національного університету «Львівська політехніка»

РИЗИКИ У ВЕНЧУРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Як показує практика, підвищення конкурентоспроможності національної економіки неможливе без розвитку інноваційного підприємництва та активізації інноваційної діяльності в усіх сферах діяльності, що забезпечує позитивні структурні зміни в економіці, усуває технологічне відставання від провідних країн світу та надає поштовх до стабільного економічного розвитку.

Інноваційна діяльність вносить значні і радикальні зміни у виробничі процеси та істотно збільшує невизначеність результатів діяльності підприємства і залежить від того, наскільки точно визначено, проаналізовано та оцінено ризики та застосовано адекватні методи управління ними.

За даними [1, с. 166], до мікроекономічних ефектів використання венчурного капіталу відносять по-перше те, що венчурний капітал сприяє підвищенню гнучкості виробництва, його адаптації до змінних умов, по-друге, з розвитком ринку венчурного капіталу знижується технологічна залежність країни від імпортованих технологій, підвищується міжнародна конкурентоспроможність національної економіки. По-третє, венчурний капітал сприяє підвищенню інноваційної активності підприємств.

Брак традиційних джерел фінансування через надзвичайно велику ризиковість інноваційних проектів на ранніх етапах їх реалізації відіграє роль стримуючого фактору розвитку економіки країни, зокрема її інноваційного розвитку. Венчурне фінансування, ефективність якого підтверджена багатьма розвиненими країнами, є одним із найбільш перспективних шляхів реалізації наукових інноваційних проектів [2, с. 316].

Високий ступінь ризиковості венчурних капіталовкладень в інноваційні проекти пов'язаний із невизначеністю результатів упровадження, особливо для радикальних інновацій, а також із невизначеністю, як наслідком мінливості ринкового середовища господарювання [3, с. 425].

Суб'єкти господарювання прагнуть мінімізувати ризики та втрати від ризиків в ситуації невизначеності, в якій вони функціонують. На сьогодні існують такі способи зниження ризиків, а саме: диверсифікація, об'єднання ризиків або страхування; розподіл ризиків, пошук інформації. Однак є ризики, які неможливо усунути жодними методами, оскільки вони присутні системно і обумовлені зовнішніми факторами, та ризики, які залежать від діяльності конкретного підприємства чи галузі, такі системні ризики оцінюються коефіцієнтом, який визначає рівень коливань в результатах діяльності галузі по відношенню до результатів діяльності ринку чи всієї економіки. У фінансовому менеджменті системний ризик називають також коефіцієнтом чутливості. Оцінка системного ризику дозволяє спрогнозувати ефективність інноваційної діяльності підприємств.

Актуальність проблеми полягає у відсутності комплексного підходу до оцінювання методів зниження ризиків венчурних інноваційних проектів.

У розвинених країнах венчурне фінансування виступає найважливішим джерелом позабюджетного інвестування наукових досліджень, прикладних розробок та інноваційної підприємницької діяльності, а ринок венчурного капіталу представлений формальним і неформальним секторами. До неформального сектора відносять приватних осіб, котрі займаються фінансуванням ризикових проектів на початкових стадіях їх реалізації, вкладаючи у них так званий «посівний капітал». Бізнес-ангели активно діють у США та в країнах Європейського співтовариства, причому обсяги їх інвестицій у декілька разів перевищують обсяги інвестицій формального сектору [4, с. 2619]. До формального сектору відносять венчурні фонди, які здебільшого розпочинають фінансувати проект на стадії його зростання, коли уже відомо, що продукція матиме комерційний успіх, але для цього необхідні кошти, щоб збільшити обсяг реалізації продукції чи розширити виробничі потужності. Лєвова частка інвестицій венчурних фондів у розвинених країнах припадає якраз на високі технології. Як зазначає Зянько В.В. [3, с. 2619; 5], в Україні венчурні фонди фінансують не ризикові інноваційні проекти, не високотехнологічні виробництва, а діють на споживчих ринках, як то - виробництво продуктів харчування та будівельних матеріалів, роздрібна торгівля, туризм, страхування, ринок нерухомості, тобто в тих галузях, які приносять швидкий прибуток та є для них мінімально ризиковими.

Дослідження обраної проблематики свідчать про необхідність систематизації засобів мінімізації ризиків і розробки алгоритму вибору моделі оцінювання кожного інноваційного проекту, а процес управління ризиками повинен передбачати: виявлення передбачуваних ризиків; аналізування та оцінювання проектних ризиків; вибір методів управління ризиками; застосування обраних методів та визначення оцінки результатів управління ризиками.

Література:

1. Пилипенко Б.Г. *Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційних процесів* : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.08. Київ. 273 с.
2. Вигівська І.М., Макарович В.К., Хоменко Г.Ю. *Ризики та особливості венчурного фінансування інноваційних проектів: обліковий аспект*. Науковий вісник Ужгородського університету, Ужгород, 2017. С. 316-319
3. Зянько В.В. *Венчурне інвестування та особливості його розвитку в Україні*. Матеріали XLVI науково-технічної конференції підрозділів ВНТУ, м. Вінниця, 22-24 березня 2017 р. Вінниця, 2017. С. 2618-2619.
4. *Angel Investing by Osnabrugge M.V. and Robinson, R.J.*, 2006.
5. Герасимчук В. Г., Школьна О. В. *Управління ризиками в іноземному венчурному фінансуванні інноваційних проектів*. Вісник НУ ЛП Пробл. економіки та упр. № 628, 2008. С. 424-429

студент 3 курсу Миколаївського національного аграрного університету

Наук. керівник – асистент К.А. Мікуляк

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ МІСЦЕВИХ ПОДАТКІВ І ЗБОРІВ У ВЛАСНИХ ДОХОДАХ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

До важливого значення у формуванні дохідної частини місцевих бюджетів відносять розвиток місцевого оподаткування. Сплачені кошти від місцевих зборів і податків зараховуються тільки до доходів бюджету місцевого самоврядування.

Оскільки податки сплачуються, практично з доходів суб'єктів економічних відносин, проблему формування дохідної частини бюджетів доцільно вирішувати через збільшення та зміцнення виробничих можливостей для суб'єктів фінансових відносин, чим буде створений необхідний рівень дохідності і економічне збільшення адміністративно-територіальної елементу одиниці за місцем знаходження суб'єкта.

Питання підвищення ролі місцевих податків і зборів досліджували такі науковці: Петрушенко Ю.М.; Письмений В.В. і т.д.

Право встановлювати місцеві збори та податки закріплено ст. 143 Конституції України за органами місцевого самоврядування [1].

Всі відносини, що виникають у сфері податків і зборів, регламентовано Податковим кодексом України (ПКУ). Нормативами ПКУ передбачено розподіл податків і зборів на місцеві та загальнодержавні. До місцевих податків та зборів мають відношення податки які є обов'язковими до сплати на території певних територіальних громад. Податки встановлюються відповідно достатей і в межах граничного розміру ставок, визначених ПКУ [2].

Склад дохідної і видаткової частини бюджету районів визначається органами міського самоврядування відповідно до наданих їм повноважень, переданих районним у містах радам. А якщо району у місті адміністративно підпорядковані інші селища, міста або села, то їх склад дохідної та видаткової частини бюджету таких міст, селищ або сіл, обсяги міжбюджетних трансфертів (субсидій, дотацій, субвеції) визначаються у порядку, затвердженому органами місцевого самоврядування, з урахуванням наданих повноважень відповідних рад.

Найбільше значення у структурі формуванні доходів місцевих та регіональних бюджетів мають податкові надходження, а на першому місці – отримані власні доходи бюджетів.

Незалежність місцевих бюджетів в фінансовому плані гарантується власними та закріпленими загальнодержавними доходами, а також правом самостійно розпоряджатися напрямками використання коштів місцевих бюджетів.

Місцеві бюджети є фінансовою ланкою органів місцевого самоврядування та ключовим чинником місцевого розвитку. Наявність місцевих бюджетів створює економічну самостійність місцевих органів самоврядування, активує господарську діяльність, дає змогу розвивати фінансову інфраструктуру на певній території, збільшувати економічний потенціал місцевості, знаходження і використання резервів фінансових ресурсів. Це дає гарну можливість місцевим органам в більшому обсязі задовольняти не тільки потреби, а також інтереси територіальних громад і можливо соціальному та економічному розвитку територій.

На сьогоднішній день модернізація механізму формування дохідної частини місцевих бюджетів майже неможливе без зміни критеріїв до організації бюджетного процесу, який в свою чергу полягає у створенні середньострокового планування доходів, що планувалося здійснити і перехід від наявної форми підтримання бюджетних установ до підтримки цільових програм, в яких бюджетні фінанси виділяються під конкретну ціль. Спостереження програмних показників функціонування бюджетної сфери під час яких застосування програмно-цільового методу дає можливість зробити оцінку ефективності використання бюджетних коштів, досягнення мети та цілей під час виконання бюджетних програм [3].

Велику важливість має удосконалення системи формування доходів бюджету завдяки встановленню стабільних ставок розподілу надходжень як податкових так і не податкових, між державним та регіональним бюджетам. Удосконалення потребує чинне податкове законодавство, оскільки оцінюючи вплив на формування дохідної частини бюджету, можна сказати про його майже

бездоганність та неадекватність сучасним умовам господарювання, адже, доходи бюджету в теперішній час не стали стабільними й передбачуваними. Прогнозування, планування, виконання, а також контроль і моніторинг доходів бюджету й законодавства мають діяти в межах єдиного механізму функціонування та формування доходів бюджету. Такі умови функціонування податкових надходжень їх нарахування та акумуляція мають стати головним аспектом мобілізації доходів місцевих органів самоврядування як єдиного безперервного процесу формування дохідної частини бюджету. Аналіз місцевих доходів після запровадження децентралізації дає гарну підставу визнати прорив у розвитку місцевого самоврядування, оскільки місцеві бюджети збільшили дохідну частину, оптимізували видаткову базу, що створило умови для створення повної фінансової незалежності органам місцевого самоврядування та розвитку майже кожної територіальної громади.

Важливим елементом у структурі місцевих бюджетів є справляння місцевих зборів. Цілком розумним кроком в подальшому реформуванні форм і методів справляння місцевих зборів, що зараз функціонують в Україні, є стимулювання фіскальних властивостей, а також збільшення їх регулюючого впливу на розвиток місцевих громад, що повністю відповідають класичним методам фінансової та адміністративної децентралізації.

Також одним із важливих аспектів місцевого оподаткування є те, що обов'язкові платежі затверджуються на державному рівні, без згоди інтересів місцевих органів та відмінності територіально-економічних регіонів.

Отже, діюча сьогодні в Україні система місцевих податків і зборів потребує доопрацювання, оскільки вона має забезпечити достатню кількість власного доходу місцевого бюджету, а також бути інструментом місцевої соціально-економічної політики, спрямованої в напрямку виконання завдань балансування економіки та розвитку регіональних рівнів. Пошук методів збільшення обсягу податків і зборів на місцевому рівні повинен рухатись не лише в напрямку збільшення кількості платників податків та збільшення бази оподаткування, а ще й у напрямку запровадження податків, які б гарантували забезпечення достатнього обсягу надходжень, що в свою чергу надасть можливість створити надійне джерело дохідної частини місцевих бюджетів.

Дотримання цих перелічених вимог є запорукою створення міцної, стабільної та майже невразливої системи місцевого оподаткування в Україні.

Література:

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. // Відомості Верховної Ради України. 1996. №30. С.141;
2. Податковий кодекс України URL: <http://zakon4.rada.gov.ua>;
3. Петрушенко Ю.М. Новітні підходи до фінансування розвитку місцевих громад: від реконізму до р2р-кредитування // Вісник Української академії банківської справи. 2014. № 1 (36). С.90–94;
4. Місцеві податки та збори URL: <http://cost.ua/news/687-revenues-and-expenditures-of-local-budgets>.

Фурдуй К.О.,

студентка 4 курсу обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент І.В. Баришевська

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

На сучасному етапі економічного розвитку, в умовах трансформації національної економіки, серед проблем, пов'язаних з виходом України з кризового стану, важливе місце посідає завдання формування ефективної банківської системи. Як найважливіший елемент відтворювальної структури економіки банківські установи організують рух і перерозподіл ресурсів суспільства в їх грошовому виразі. Через банківську систему проходять грошові розрахунки і платежі господарюючих суб'єктів та населення в цілому. Саме комерційні банки виконують важливу функцію мобілізації тимчасово вільних грошових ресурсів і перетворення їх у реальний капітал, здійснюючи різноманітні кредитні, інвестиційні та інші операції і забезпечуючи, таким чином, потреби економіки в додаткових ресурсах [1].

Тенденції розвитку банківської системи України упродовж останніх років свідчать, що більшість комерційних банків зуміли пристосуватися до роботи в умовах затяжної фінансово - економічної кризи. Банківський сектор загалом почав відновлювати свою діяльність після пережитих шоків. Ряд

банківських установ змогли вийти на беззбитковий рівень, а окремі з них навіть показали операційну прибутковість, найбільші банки здійснили або здійснюють докапіталізацію для покриття понесених збитків. Наразі завершується процес очищення банківської системи, сумнівні та неплатоспроможні банки виводяться з ринку. Проведені НБУ заходи сприяли відновленню довіри до банківської системи, свідченням чого є приплив депозитів компаній та населення [2].

Проблеми функціонування банківського сектору є одними з найбільш актуальних в Україні, оскільки на сьогоднішній день рівень розвитку банківської системи є недостатнім, що спричиняє низку проблем для функціонування не тільки банківського сектору, а й національної економіки.

Допустимими резервами зростання капіталу банківської системи України є:

- 1) злиття та консолідація банків у різноманітні об'єднання тощо;
- 2) залучення коштів на умовах довгострокового субординованого боргу;
- 3) приріст капіталу банківської установи шляхом додаткового випуску акцій;
- 4) акумулювання прибутку минулих і поточного років та його використання для створення різноманітних резервів [2].

Враховуючи спрямованість банківської системи України у світовий банківський простір, основними шляхами розвитку та зміцнення конкурентоспроможності вітчизняного банківського сектору мають стати:

- укрупнення вітчизняних банківських установ шляхом злиття та поглинань, підвищення рівня їх капіталізації та збільшення сукупних активів окремих банків і банківської системи в цілому;
- сприяння розвитку реального сектору економіки за участю національних банків;
- участь банків в міжнародних банківських консорціумах, створення альянсів з транснаціональними банками;
- розширення діяльності банків у сфері міжнародного бізнесу, вихід банків на міжнародні фінансові ринки, відкриття філій банків за кордоном;
- збереження державних банків на ринку банківських послуг, завданням яких має стати фінансування пріоритетних державних проєктів, збільшення їх капіталізації;
- посилення контролю за діяльністю банків, що сприятиме оптимізації ризиків банківської діяльності та запобіганню виникнення системних фінансових криз [3].

Головною метою стратегічного розвитку банківської системи України є створення надійної, ефективної і прибуткової банківської системи, яка б максимально задовольняла вимоги та потреби клієнтів, інвесторів і була б стійкою до криз.

Ефективне функціонування банківської системи на таких засадах забезпечить зростання її конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках банківських послуг та вирішення однієї із найгостріших проблем - розриву її із розвитком реального сектору економіки.

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що визначальний вплив на розвиток банківської системи України має грошово - кредитна політика Національного банку України для удосконалення практики грошово -кредитного регулювання в Україні запропоновано забезпечувати стабільність грошового ринку, створення прогнозованої економічної ситуації для всіх суб'єктів економічної системи. Стабільний та ефективний розвиток банківської системи значною мірою залежить від державної політики в сфері банківської діяльності, основними принципами якої мають бути принципи ринковості, невтручання, добровільності, конкурентності. Одним із напрямів підвищення якості державного регулювання є розроблення стратегій розвитку банківської системи України, яка повинна відображати пріоритетні напрями забезпечення стабільного та ефективного розвитку банківської системи, шляхи пристосування до внутрішнього і зовнішнього середовища.

Література:

1. *Стан та тенденції розвитку банківської системи України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mirznanii.com/a/2523-6/stan-ta-tendents-rozvitku-bankvsko-sistemi-ukrani-6>.*
2. *Тенденції розвитку банківської системи України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://msu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/03/Збірник-тез-1.pdf>.*
3. *Стан та тенденції розвитку банківської системи України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://studfiles.net/preview/8068646/>.*

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор А.С. Мохненко

ОБЛІК ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ У ДИТЯЧО-ЮНАЦЬКИХ СПОРТИВНИХ ШКОЛАХ

Як би стрімко не розвивались ринкові відносини з їх приватною власністю, все ж сучасне суспільство без бюджетних установ і організацій навряд чи можна уявити. Розрахунки з нарахування заробітної плати є одним з найважливіших напрямів облікового процесу бюджетних установ та, водночас однією з найбільш трудомістких ділянок обліку. У кожній сфері та галузі економіки існують свої особливості щодо нарахування заробітної плати. Облік праці та розрахунки по заробітній платі працівників бюджетних установ, закладів та організацій галузі фізичної культури і спорту мають свою специфіку та труднощі, отже бухгалтеру бюджетної установи не достатньо володіти лише досконалими знаннями бухгалтерського обліку. Чинне законодавство з питань оплати праці доволі об'ємне, що впливає як на облік, так і на правильність визначення розмірів посадових окладів, надбавок та інших виплат. Окрім того, дуже часто, бухгалтер в більшості бюджетних установ додатково виконує функції кадровика, юриста, економіста, статиста, та інших облікових професій, тому потрібні власні підходи до обліку заробітної плати в умовах ринкових трансформацій, адаптація зарубіжної теорії та практики до вітчизняних умов господарювання. Питаннями обліку заробітної плати займалися такі науковці: Загородній А.Г., Олійчук М.Ф., Рагуліна І.І., Бутинець Ф.Ф., Мельник Т.Г., Кулаковська Л.П., Ільїна С.Б. та ін.

У процесі нарахування заробітної плати працівникам ДЮСШ бухгалтер керується наступними документами: положення про оплату праці; положення про преміювання та матеріальне заохочення; штатний розклад та наказ про затвердження штатного розкладу; тарифікаційний список та наказ про проведення тарифікації; правила внутрішнього трудового розпорядку та колективний договір; накази по особовому складу та книгу реєстрації наказів по особовому складу; графік обліку відпусток та накази про надання відпусток; особова картка працівника; книга обліку руху трудових книжок; таблиць обліку робочого часу.

Тренери-викладачі - окрема категорія працівників бюджетної сфери, регулювання робочого часу яких має свою специфіку. Але проблема в тому, що цьому питанню в законодавстві приділено дуже мало уваги.

Фонд заробітної плати тренів-викладачів ДЮСШ включає:

1) основну заробітну плату (розміри тарифних розрядів і коефіцієнтів з оплати праці які встановлюються згідно з додатком 1, схеми тарифних розрядів визначають за розрядами Єдиної тарифної сітки, згідно з додатками 2-15; показники для віднесення до груп за оплатою праці керівників і спеціалістів згідно з додатками 16-18 наказу № 2097)

2) додаткову заробітну плату (надбавки працівникам у розмірі до 50 відсотків посадового окладу (ставки заробітної плати, тарифної ставки): за високі досягнення у праці; за виконання особливо важливої роботи (на строк її виконання); за складність, напруженість у роботі, за почесні та спортивні звання, тощо)

3) інші заохочувальні доплати (матеріальна допомога, у тому числі на оздоровлення, у сумі не більше ніж один(на) посадовий оклад (ставка заробітної плати, тарифна ставка), преміювання працівників відповідно до їх особистого внеску в загальні результати роботи)

4) компенсаційні витрати;

Додаткова заробітна плата та інші заохочувальні доплати нараховуються у межах кошторису на оплату праці.

Згідно наказу № 2097, визначено дві форми оплати праці тренера-викладача: за кількістю годин навчально-тренувальної роботи на тиждень та розмірами нормативів за підготовку одного вихованця (учня-спортсмена).

Розмір ставки та відповідних надбавок кожному тренеру-викладачу встановлюється та затверджується наказом директора ДЮСШ та є підставою для нарахування заробітної плати.

Для здійснення розрахунків з обліку заробітної плати бухгалтеру ДЮСШ необхідно володіти не лише досконалими знаннями бухгалтерського обліку та опрацювати велику кількість внутрішніх

документів, а й розуміти специфіку роботи працівників бюджетних установ, закладів та організацій галузі фізичної культури і спорту.

Література:

1. *Бухгалтерський облік у бюджетних установах: навч. посіб. / Ф.Ф. Бутинець, Т.П. Остапчук, Н.А. Остап'юк, С.В. Сисюк / Житомирський держ. технологічний ун-т. - 2-е вид., доп. і перероб. - Житомир: ПП "Рута", 2009. - 472 с.*

2. *Гамова О.В. Особливості визнання організації обліку та контролю дебіторської заборгованості у бюджетній установі / О.В. Гамова, І.А. Козачок, К.Г. Вінічен ко // Економіка та держава: науково-практичний журнал. Вип. 1. - 2017р. - С. 59-64.*

3. *Про впорядкування умов оплати праці працівників бюджетних установ, закладів та організацій галузі фізичної культури і спорту : Наказ Міністерства України у справах молоді та спорту від 23 вересня 2005 року № 2097 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/z1236-05>*

4. *Про оплату праці працівників на основі Єдиної тарифної сітки розрядів і коефіцієнтів з оплати праці працівників установ, закладів та організацій окремих галузей бюджетної сфери : Постанова Кабінету Міністрів України від 30 серпня 2002 р. № 1298 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1298-2002-%D0%BF>*

5. *Про оплату праці: Закон України від 24 березня 1995 р. № 108/95-ВР [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>*

6. *Mokhnenko A. Formation of account of reservoir expenses model / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhailyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – London, 2019. – № 23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-224.html>*

ЦЮРА У.О.,

студент 3 курсу Миколаївського національного аграрного університету

Наук. керівник – асистент К.А. Мікуляк

РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У ФІНАНСОВИХ РИНКАХ

Глобалізація, як феномен сучасного століття і принципова ознака постіндустріального суспільства є революційним чинником провідних тенденцій у сьогоденній економіці [1]. Одним із визначальних глобалізаційних сегментів, безумовно, є фінансова сфера, яка все більше впливає на світовий економічний простір [1]. На сучасному етапі розвитку світової економіки більшість фахівців узгоджується з тим, що глобалізація – це об'єктивний соціальний процес, змістом якого є підвищення взаємозв'язку і взаємозалежності національних економік, національних політичних і соціальних систем, а також взаємодія людини й довкілля.

Серед дослідників-теоретиків вагомих внесок у розвиток глобалізаційних фінансових процесів зробили такі науковці, як: В.Луцянов [1], І.Хоминич [2], О.Барановський, А.Пархоменко [3], В.Коваленко, Л.Кузнецова, З.Луцишин, Ю.Макогон, Д.Мамотенко, В.Міщенко.

Процеси глобалізації висувають та пропонують новітні вимоги та напрями функціонування, таким чином стимулюючи постійні, інакше кажучи сталі зміни на світовому фінансовому ринку. Через те дослідження різноманітних поглядів та аспектів глобалізації ринку фінансів набуває вагомого значення. Варто відмітити, що на сьогодні до фінансової глобалізації приєдналися практично всі країни, й Україна в тому числі. З урахуванням таких аспектів історії нашої держави, можна зазначити, що перші фактичні риси участі у процесах фінансової глобалізації почали з'являтися вже у кінці 1990-х – на початку 2000-х рр. з надходження прямих іноземних інвестицій. На сучасному етапі функціонування головні напрями фінансової глобалізації спрямовані на розвиток ринку фінансових послуг, фондового ринку та банківської сфери.

Ринок фінансів є аспектним і складається із складної структури. Уважається, що глобалізація ринку фінансів поєднана з докорінними змінами в ролі фінансового сектора саме у вдосконаленні світового господарства. На даний період часу фінансовий сектор є однією із складних систем, в якій учасники мають спроможність незалежно від обсягів обігу реальних товарів забезпечити самостійний обіг фінансових активів [2]. Провідною задачею фінансового сектора є ефективний перерозподіл тимчасово вільних коштів для забезпечення виробничої та фінансової діяльності між суб'єктами реального сектора [2]. Водночас роль фінансового сектора за умов глобалізації значно зросла – ринок фінансів почав стрімко зростати, набуваючи самостійного та незалежного значення, відриваючись від реального сектора [2].

За таким способом, створений на основі реального сектора і призначений забезпечувати безперервність виробничого процесу, фінансовий сектор еволюціонував і розділювався на дві частини [3]. Перша частина продовжує забезпечувати взаємодію між механізмами, опосередкованим функціонуванням реального сектора, підтримуючі такі найважливіші зв'язки, як «виробник – споживач» і «заощадження – інвестиції» [3]. Однак, друга частина фінансового сектора в даний час забезпечує лише нарощування капіталу, задіяного в спекулятивних операціях [3].

До негативного впливу глобалізації на світові фінансові ринки можна віднести наслідки:

- загроза виникнення та швидкого поширення фінансових криз із однієї економіки в іншу;
- зростання нестабільності національних фінансових ринків;
- вплив зовнішніх факторів на здійснення національної грошово-кредитної політики;
- висока мобільність капіталу, його значні обсяги, вигідна ціна й висока ліквідність.

До позитивних результатів впливу відносять такі провідні наслідки, як:

- підвищення ефективності національних фінансових ринків за рахунок інтеграції у світовий фінансовий ринок;
- зниження інфляційного тиску, здешевлення ресурсів під впливом міжнародної конкуренції;
- дисциплінація впливу руху іноземного капіталу на грошову владу;
- висока мобільність капіталу, його значні обсяги, вигідна ціна й висока ліквідність;
- багатофункціональність фінансових ринків;
- спрощення процедури здійснення фінансових операцій за рахунок комп'ютеризації та інформатизації;
- зростання якості банківських послуг, технологій та рівня кваліфікації персоналу.

Підсумувавши вищезазначене, варто відмітити, що розвиток тенденцій глобалізації світового фінансового ринку зумовила саме фінансова глобалізація, що якісний рівень розвитку світових фінансових ринків свідчить про їх більш високоефективну і зростаючу роль саме міжнародного ринку капіталу.

Література:

1. Лук'янов В. Сучасна фінансова економіка / Глобалізаційна складова та цивілізаційні пріоритети/ Банківська справа. – 2013. – С. 64 - 75
2. Хоминич И. П. Финансовая глобализация / И. П. Хоминич // Банковские услуги. 2002.
3. Пархоменко А.А. Взаимодействие реального и финансового секторов экономики на этапе финансового кризиса // Вестник Томского государственного университета. — № 338 (сентябрь 2010). — с. 149-151 / [Электронный ресурс]. — Доступно по: <http://sun.tsu.ru/mminfo/000063105/338/image/338-149.pdf>.

ЧЕРНЕНКО К.В.,

к.е.н., доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавської державної аграрної академії

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Нині низка економічних та соціально – правових факторів, що впливають на функціонування вітчизняних суб'єктів підприємництва, суттєво впливають на покращення обліку податкових розрахунків та платежів, організацію податкового планування як умов для ефективного розвитку підприємств. Ця ситуація пояснюється якісними параметрами оптимізації податків, організація яких здійснюється для підвищення ефективності діяльності та виявлення внутрішніх резервів, що забезпечують стійкий розвиток підприємства без залучення інших джерел фінансування через керівний вплив на фінансові результати. Ці заходи мають тактичний характер, спрямовані на короткострокові результати, і спонукають їх до постійного моніторингу та своєчасного регулювання відповідно до потреб систематичного впровадження податкової оптимізації.

Облікове тлумачення фінансового результату отриманого підприємством, характеризується суб'єктивною характеристикою, що визначає загальний характер розрахунку його суми залежно від моменту відображення в обліку подій та явищ, керуючись методом оцінки витрат, який закріплено в обліковій політиці підприємства. Таким чином, якщо доходи підприємства є безумовними та повністю виправданими і являють собою суму доходу, то витрати є результатом застосування методології бухгалтерського обліку [1].

Процес розробки податкової політики відбувається в кілька етапів, кожний з яких має свою мету, завдання та форми реалізації. Виділяють такі основні етапи [2]:

1. Дослідження стану фінансово-господарської діяльності підприємства та існуючих механізмів сплати податків; аналіз поточної ситуації зі сплати податків, наявність заборгованості перед бюджетом, її строк, оцінка можливостей погашення.

2. Визначення пріоритетних напрямків розвитку виробництва та можливості зниження оподаткування; виділення пріоритетних галузей чи видів продукції; аналіз можливостей зниження оподаткування в цих галузях. Як відомо, розмір сплати більшості податків визначається обсягами діяльності. Також необхідно ретельно проаналізувати виробничу стратегію підприємства на предмет можливості зниження обсягів оподаткування.

3. Розробка альтернатив сплати податків складання податкового календаря, оцінка можливостей застосування податкових пільг; порівняння економії від застосування кожного з варіантів з витратами, які він тягне за собою.

4. Вибір оптимальної схеми оподаткування з позицій мінімізації податкових платежів та покращення фінансового стану.

5. Пошук можливостей відстрочення податкових платежів законним шляхом на максимально тривалий термін.

6. Контроль за виконанням податкової політики та оперативне її коригування у процесі фінансового оздоровлення; контроль за своєчасністю нарахування податків та їх сплатою у строк.

7. Оцінка ефективності податкової політики з позицій прибутковості підприємства та досягнення мети санації. Для оцінки ефективності податкової політики варто застосовувати загальновідомі показники для оцінки податкового навантаження на підприємство до та після здійснення заходів оптимізації податкової політики та податкового планування.

Вказані етапи дають можливість розробити дієву податкову політику на підприємстві. Даний підхід ґрунтується на пошуку легальних альтернатив оподаткування та виборі найбільш ефективних варіантів здійснення податкових платежів для мінімізації податкового тиску.

Сьогодні все більш динамічно розвивається податковий менеджмент підприємств, що пов'язано із недосконалою податковою політикою держави. Для усунення певних недоліків підприємствам пропонується різна варіація можливих шляхів для розробки або вдосконалення власної податкової політики з урахуванням необхідності вчасної і повної сплати податків та одночасного збереження своїх прибутків [3].

Побудувавши якісну та реальну систему управління ризиками на підприємстві, спираючись на певні теоретичні принципи, можна створити умови як для стабільного розвитку суб'єкта господарювання, так і зменшити обсяг нестачі до державного бюджету. З цією ж метою з боку підприємства буде доцільно проводити періодичний моніторинг податкових ризиків.

Література:

1. Plaksiienko V.Y., Melikhova T.O., Yermolaieva M.V., Chernenko K.V., Lipskyi R.V., *Formation of Accounting and Tax Policy of the Company. Academy of Accounting and Financial Studies Journal Volume 23. Special Issue 2. 2019.* [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-accounting-and-tax-policy-of-the-company-8405.html>

2. Руденко Є.М. *Формування податкової політики підприємства в процесі здійснення фінансової санації* [Електронний ресурс] - режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2012_3/305.pdf

3. Короткова О.В. *Особливості формування податкової політики підприємства в сучасних економічних умовах. Ефективна економіка № 1. 2013.* [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1743>

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «ФІНАНСОВИЙ РИНОК»

Основою нормального розвитку економіки є залучення тимчасово вільних коштів фізичних та юридичних осіб, їх розподіл і перерозподіл на комерційній основі між різними секторами економіки. Ці процеси мають здійснюватись на фінансовому ринку, який є складовою сферою фінансової системи держави. Метою утворення та функціонування фінансового ринку є акумулювання та ефективне розміщення заощаджень в економіці, стан якої значною мірою зумовлений ефективністю переливання інвестиційних коштів від тих, хто має заощадження, до тих, у кого на цей момент є потреба в капіталі.

Дослідження сутності поняття фінансовий ринок дає підстави стверджувати, що в економічній літературі відсутня єдина концепція трактування основоположних фінансових категорій, зокрема, і фінансовий ринок, що вимагає відповідних подальших досліджень. Визначення поняття «Фінансовий ринок» з позиції різних авторів представлено в табл.1.

Таблиця 1

Визначення поняття «Фінансовий ринок» з позиції різних авторів

Джерело	Визначення
Пересада А.А. [1]	Фінансовий ринок капіталу – це місце, де громадяни й організації, які хочуть взяти гроші в борг, зустрічаються з тими, у кого є зайві гроші.
Рязанова Н.С.[2]	Фінансовий ринок – це грошові відносини, що складаються в процесі купівлі-продажу фінансових активів під впливом попиту та пропозиції на позичковий капітал, рух якого втілюється в цінних паперах.
Комаринський Я.П. [3]	Фінансовий ринок позичкових капіталів – це система економічних відносин, що забезпечують акумуляцію вільних грошових коштів, перетворення їх в позичковий капітал і його перерозподіл між учасниками процесу відтворення.
Кузнецова Н.С. [4]	Фінансовий ринок – це частина загального ринкового простору, що охоплює фінансові зв'язки та значну кількість форм кредитних відносин і включає ринок банківських кредитів і ринок цінних паперів.
Опарін В.М. [5]	Фінансовий ринок – це сукупність обмінно-перерозподільних відносин, пов'язаних з процесами купівлі-продажу фінансових ресурсів, необхідних для здійснення виробничої та фінансової діяльності.
Ходаківська В.П. [6]	Фінансовий ринок – це саморегулююча система ринків, де концентрується попит і пропозиція на різні фінансові активи та послуги, що пов'язані з придбанням активів; це сфера економічних відносин між суб'єктами ринку в процесі формування та реалізації попиту і пропозиції фінансових активів.
Шелудько В.М. [7]	Фінансовий ринок являє собою систему економічних та правових відносин, пов'язаних із купівлею-продажем або випуском та обігом фінансових активів.
Шморгун Н.П. [8]	Фінансовий ринок – це економічні відносини між підприємствами, державою, населенням з приводу перерозподілу тимчасово вільних грошових коштів на основі повної економічної самостійності та механізму саморегуляції ринкової економіки.
Смолянська О.Ю.[9]	Фінансовий ринок є механізмом нагромадження та перерозподілу фінансових ресурсів країни; організованою або неформальною системою торгівлі фінансовими інструментами, основну роль в якій відіграють фінансові інститути, які направляють потоки грошових коштів від власників до позичальників.
Павлов В.І. [10]	Фінансовий ринок є цілісною системою, яка складається із взаємопов'язаних і взаємодоповнювальних елементів, кожний із яких спроможний окремо впливати на розвиток цієї системи.

Як бачимо, переважає точка зору, в якій фінансовий ринок розглядається як економічні відносини, суб'єктами яких виступають держава, а також фінансові посередники, які на стабільній, впорядкованій основі забезпечують перерозподіл фінансових ресурсів серед учасників ринку і ті суб'єкти, які бажають передати в користування вільні фінансові ресурси. Таким чином, можна стверджувати, що термін "фінансовий ринок" широко використовується в економічній літературі, але

існує неоднозначність трактувань, які характеризують внутрішній зміст цього поняття. Це ускладнює структурування фінансового ринку, яка дозволяє визначити місце кожного його структурного сегмента в загальній ринковій фінансовій системі, охарактеризувати основні етапи їх історичного розвитку, а також розглянути можливі напрями їх подальшої еволюції.

Література:

1. Пересада А.А. Основы инвестиционной деятельности /А.А. Пересада. –К.: Либра, 1994. – С. 16-18.
2. Рязанова Н.С. Макроекономіка та економічна політика: Підручник /Н.С. Рязанова. – К.: Таксон, 1996. – 240 с.
3. Комаринський Я. Фінансово-інвестиційний аналіз: Навч. посіб. / Я. Комаринський, І. Яремчик– К.: Українська енциклопедія, 1996. – 300 с.
4. Кузнецова Н.С. Ринок цінних паперів в Україні /Н.С. Кузнецова – К.: Юринком Ін-тер, 1998. – С.7.
5. Опарін В.М. Фінанси: Навч. посіб./ В.М. Опарін – К.: КНЕУ, 2002. – 314 с.
6. Ходаківська В.П. Ринок фінансових послуг: теорія і практика: Навч. посіб./ В.П. Ходаківська, В.В. Беляев – Київ: ЦУЛ, 2002. – 616 с.
7. Шелудько В.М. Фінансовий ринок: Навч. посіб. / В.М. Шелудько– К.: Знання-Прес, 2008. – 535 с.
8. Шморгун Н.П. Фінансовий аналіз. Навч. посіб./ Н.П. Шморгун, І.В. Головка– К.: ЦНЛ, 2006. – 528 с.
9. Смолянська О.Ю. Фінансовий ринок: Навч. посіб. /О.Ю. Смолянська– Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 384 с.
10. Павлов В.І. Цінні папери в Україні: Навч. посіб./ В.І. Павлов, І.В. Кривов'язюк–К.: Кондор, 2004. – 400 с.

ЧУМАК В.,

к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів і кредиту
Полтавської державної аграрної академії

АБРАМЕНКО М.,

магістр Полтавської державної аграрної академії

ЗАЛУЧЕННЯ БАНКІВСЬКИХ КРЕДИТІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах господарювання одну з головних ролей у стимулюванні відтворювальних процесів в економіці відіграє банківський кредит як головне джерело забезпечення фінансовими ресурсами поточної діяльності підприємств незалежно від форми власності та сфери діяльності. Однак, банківське кредитування суб'єктів господарювання, а особливо підприємств аграрного сектору економіки України, потребує підвищення його ефективності та подальшого удосконалення. Зазначена проблематика знаходиться в центрі уваги багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Проте недостатньо вивченими, на наш погляд, залишаються питання удосконалення системи банківського кредитування, основних підходів щодо оптимізації структури залучених фінансових ресурсів.

Сучасний етап розвитку ринкової економіки в Україні зумовлює необхідність створення власної кредитної моделі підтримки сільського господарства. Для цього важливо вивчити зарубіжний досвід і використати у вітчизняній практиці найбільш прийнятні його елементи. Зарубіжний досвід свідчить, що кредитування аграрного сектора здійснюється у значних розмірах. Сьогодні у західних країнах функціонує добре розвинута кредитна система, яка складається з банків і небанківських фінансово-кредитних інститутів.

З метою залучення кредитних ресурсів у сільське господарство слід розширити сферу використання лізингу як однієї з форм довготермінового кредиту; розвивати кредитну кооперацію; здійснювати формування системи іпотечного кредиту, де земля виступатиме засобом залучення інвестиційних і кредитних ресурсів, шляхом створення іпотечного банку [1, с. 5].

Серед економістів-аграріїв, як і серед працівників кредитних установ, не виникає заперечень щодо необхідності врахування особливостей сільськогосподарського виробництва при формуванні кредитних відносин. Однак, як показує вітчизняний досвід, при зміні форм і методів кредитних відносин між суб'єктами підприємницької діяльності в аграрній сфері та кредитними установами особливості сільськогосподарського виробництва, на жаль, не були враховані в достатній мірі. При фінансуванні сільського господарства за рахунок фінансових ресурсів банків виникає проблема щодо своєчасного повернення виданих кредитів. На нашу думку, основна причина зниження рівня

кредитного забезпечення полягає у відсутності високоліквідної застави та значних процентних ставок за кредит.

Важливе значення у формуванні фінансово-кредитного механізму належить державі, оскільки однією з головних її функцій є створення сприятливого економічного середовища. Держава може застосовувати і відповідні економічні методи впливу: формування цін через систему доплат; державне замовлення; пільги в оподаткуванні; державні кредити; фінансова допомога тощо. Дані методи спрямовані на максимальний захист вітчизняного товаровиробника, підтримку його конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринках [2, с. 76].

Необхідність державної фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств очевидна, але вона потребує такого механізму її здійснення, який би передбачав: високу ефективність використання кредитних ресурсів позичальників; настання фінансової відповідальності держави як гаранта у випадку настання форс-мажорних обставин, які унеможливають повернення кредиту підприємством-позичальником; недопущення отримання кредитних коштів на суму більшу, ніж вартість основних та оборотних коштів підприємства-позичальника; можливість залучення широкого кола фахівців до обговорення доцільності кредитування проектів позичальників у засобах масової інформації.

Безперечно, дану проблему слід вирішувати комплексно, адже практична реалізація кредитного процесу у взаємовідносинах комерційного банку з сільськогосподарським підприємством потребує вирішення низки взаємообумовлених питань: від законодавчої регламентації захисту інтересів кредиторів, створення відповідної інфраструктури кредитного ринку – на макрорівні, до питань розмежування і розподілу функцій у кредитному процесі, оптимізації кредитної і процентної політики – на рівні конкретного банку.

З точки зору диверсифікації ризиків більш раціональним, на сьогоднішній день, є кредитування великих компаній, холдингів, які є не тільки виробниками, але й постачальниками насіння, добрив, техніки для села. В цілому ж сільське господарство, як одна з ключових галузей економіки країни, являє собою велику зацікавленість для комерційних банків, але на сьогоднішній день, враховуючи значну кількість різних чинників, кредитування сільськогосподарських підприємств є настільки перспективним – наскільки й ризиковим.

Таким чином, до вирішення проблеми кредитування аграрних підприємств потрібно підходити комплексно. Для цього на рівні держави необхідно вирішити ряд питань, зокрема, створення спеціалізованого аграрного банку, який би мав розгалужену регіональну систему; розвиток системи іпотечного кредитування; удосконалення законодавчої бази стосовно кредитування сільськогосподарських підприємств тощо.

Література:

1. Зуб Г. О. Сучасний стан розвитку кредитування в аграрному секторі економіки та державна політика. *Welcome*. 2014. № 2/3. С. 4–8.
2. Мармуль Л.О., Танклевська Н.С. Фінансово-кредитне забезпечення розвитку аграрного сектору економіки. *Економіка АПК*. 2006. № 12. С. 75–80.

ШАЛИГІНА І.В.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Сумського національного аграрного університету

ТИЩЕНКО В.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Сумського національного аграрного університету

ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ СТАБІЛЬНОСТІ І СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови розвитку економіки України все більше вимагають від всіх суб'єктів господарювання підвищувати ефективність власного виробництва, конкурентоспроможності продукції (особливо на ринку ЄС) через впровадження сучасних українських та іноземних науково-технічних розробок, більш ефективних форм ведення бізнесу та виробництва, а також через значно нове ведення підприємництва. Важлива роль при впровадженні вищезазначеного має бути в оцінці саме існуючого стану фінансового-господарської діяльності суб'єкта господарювання, дослідженні та

управлінні їх фінансовою стійкістю та стабільністю. Завдяки цьому необхідно розробити стратегію та тактику подальшого їх розвитку, обґрунтувати подальші плани й ефективні управлінські рішення, визначити порядок проведення контролю за їхнім виконанням, знайти відповідні резерви підвищення ефективності виробництва, а також постійно проводити оцінку всіх результатів діяльності: як власних підрозділів так і працівників [1, с.452].

Поняття «стабільності» можна визначити як міцність та надійність загальної системи, її зв'язків та спроможність при усіх змінах (внутрішніх та зовнішніх умов) ефективно адаптуватись та підтримувати необхідний рівень основних параметрів. В якості економічної категорії фінансова стабільність визначається сукупністю економічних відносин, що забезпечують умови збереження абсолютної або нормальної фінансової стійкості підприємства при контрольованій фінансовій рівновазі та одночасно спроможність до стійкого економічного зростання при врахуванні найбільш вагомих зовнішніх чинників.

Якщо у суб'єкта господарювання настає фінансова криза, тоді для досягнення фінансової стабільності йому потрібно ліквідувати поточної неплатоспроможність, відновити фінансову стійкість хоча б на короткостроковий термін та забезпечити подальшу фінансову рівновагу вже й на довгостроковий [2, с.650].

Фінансова стійкість підприємства є однією з головних умов життєдіяльності, розвитку й забезпечення високого рівня конкурентоспроможності кожного суб'єкта господарювання. Саме вона свідчить наскільки ефективний операційний, фінансовий та інвестиційний розвиток, її показники дають необхідну інформацію для інвесторів та кредиторів щодо здатності підприємства розраховуватися за своїми боргами і зобов'язаннями.

Обов'язковими умовами поліпшення фінансового стану суб'єкта господарювання у сучасних умовах господарювання є постійна оцінка та своєчасна діагностика змін, що відбуваються у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, а також своєчасне та максимально ефективно реагування на такі зміни для забезпечення його фінансової стійкості та платоспроможності.

Можна визначити наступні методи оцінки фінансової стійкості:

- оцінка чистих активів;
- коефіцієнтний метод, у тому числі коефіцієнти структури капіталу та покриття зобов'язань;
- оцінка забезпеченості власними обіговими коштами;
- оцінка структури активів із позиції забезпечення фінансової стійкості. Однак кожен із цих методів має переваги і недоліки, тому вони іноді вимагають коригування [3, с.120].

Таким чином, розглянуті поняття фінансова стабільність та фінансова стійкість є достатньо схожими, але водночас їх не можна і ототожнювати. Ми дослідили, що таке поняття як фінансова стійкість використовується щодо характеристики стану суб'єкту господарювання і відображає його міцність на певну дату. А таке поняття як стабільність є характеристикою динамічних процесів зміни за (або на) певний період часу і характеризує сталість стійкості суб'єкта господарювання в кожному момент минулого чи майбутнього періоду, що досліджується.

Література:

1. Тищенко В.В. *Фінансова стійкість та стабільність підприємства* /В.В.Тищенко//*Матеріали науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (17-20 квітня 2019 р.)*. – Суми, 2019.- с.452.
2. Чепка В.В. *Фінансова стійкість підприємства: сутність та фактори впливу*/ В.В.Чепка, О.К.Матяш// *Економіка і суспільство*. -Випуск # 12 / 2017. – с.649-655.
3. Олійник Л.В. *Стратегічні напрями забезпечення фінансової стабільності підприємства*/ Л.В.Олійник//*Фінанси, облік, банки*. - №1(22). – 2017. – с.118-124.

ШАЛИГІНА І.В.,

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Сумського національного аграрного університету

ЧАЛА О.О.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Сумського національного аграрного університету

КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ЙОГО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У сучасних умовах для кожного суб'єкта господарювання важливим є його фінансове забезпечення щодо подальшого розвитку та отримання прибутку (доходу). Найважливішу роль в досягненні цієї мети відіграє саме капітал, який свідчить про загальну вартість засобів, що вже інвестовані в активи кожного суб'єкта господарювання. Основними його елементами можемо визначити такі як: зареєстрований капітал, додатково вкладений та додатковий капітал, резервний капітал та нерозподілений прибуток, забезпечення наступних витрат та платежів, довгострокові та поточні зобов'язання.

Капітал та його структурна модель мають безпосередній вплив на фінансовий стан підприємства, зокрема на платоспроможність, кредитоспроможність, ліквідність, прибутковість та рентабельність. Капітал є головним елементом та базою для ведення господарської діяльності підприємства, тому його ретельний та професійний аналіз дозволяє отримати обґрунтовану та важливу інформацію щодо фінансового стану об'єкта і розробити відповідне управлінське рішення, яке дозволить підприємству досягти поставлених задач [1, с. 5].

Основним та важливим видом капіталу для кожного суб'єкта господарювання (підприємства чи установи) є наявність у нього саме власного капіталу та наскільки ефективною є його структура. Наприклад, в Сумській дирекції АТ «Укрпошта» протягом 2016-2017 років був в наявності власний капітал та представляв собою: зареєстрований капітал, капітал у дооцінках, додатковий капітал та непокритий збиток. Вже у 2018 році даний вид капіталу є відсутнім, тому що відбулася зміна форми власності даної установи з УДППЗ «Укрпошта» на АТ «Укрпошта». Таким чином, у Сумської дирекції АТ «Укрпошта» в 2018 році немає фінансового забезпечення за рахунок власного капіталу. При відсутності власного капіталу є неможливим точно розрахувати фінансову забезпеченість даної установи. Це саме можна зазначити й про довгострокові зобов'язання і забезпечення, тому що вони також відсутні у звітному році [2, с.456].

Для підтримки своєї господарської діяльності практично кожне сучасне підприємство чи установа залучає позиковий та інший капітал, що свідчить про недостатність або відсутність власного капіталу та достатніх коштів для подальшого ведення своєї діяльності. Саме це для Сумської дирекції АТ «Укрпошта» дозволяє розширювати обсяг власної діяльності та забезпечує певну ринкову вартість. Позиковим капіталом АТ «Укрпошта» протягом періоду дослідження не користувалася, а його капітал в 2018 році складається лише з поточних зобов'язань і забезпечення. Найбільша питома вага в них належить поточній кредиторській заборгованості із внутрішніх розрахунків – 87,7%, далі йде інша поточна заборгованість – 8,5%, а іншим видам кредиторської заборгованості належить лише 3,8%. Залучення позикового капіталу будь-яким суб'єктом господарювання повинно бути обґрунтованим та відповідати його фінансовій політиці, тому що чим більша частка такого виду капіталу, тим вищим є у нього фінансовий ризик та можливе настання фінансової кризи.

Повна оцінка капіталу складається з оцінки складу капіталу, його структури, зміни складових капіталу і джерел його формування. Основним фінансовим джерелом даної оцінки виступає баланс підприємства (установи). На основі розрахунку певних коефіцієнтів та показників можна зробити загальний висновок щодо фінансової стійкості, ділової активності та ліквідності будь-якого суб'єкта господарювання.

Таким чином, покращання фінансового забезпечення діяльності Сумської дирекції АТ «Укрпошта» за рахунок формування та використання його капіталу можна проводити за наступними напрямками: забезпечення більшого обсягу залучення фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх резервів та зменшення залученого капіталу (поточних зобов'язань).

Література:

1. Пономарьов Д.Е. Капітал підприємства: сутність та аналіз формування і використання//Д.Е.Пономарьов// Інвестиції: практика та досвід № 5/2016. – с.53-58.
2. Чала О.О. Фінансове забезпечення діяльності Сумської дирекції АТ «Укрпошта»/О.О.Чала//Матеріали науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (17-20 квітня 2019 р.). – Суми, 2019.- с.456.

ШКУРА І.С.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та економічної теорії
Університету імені Альфреда Нобеля, Дніпро

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНІ НА БАЗІ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ

Соціально відповідальні (стійкі та відповідальні) інвестиції враховують критерії впливу на середовище (environment), соціальну сферу (social) та якість управління (governance) та здійснюються з застосуванням відповідальних стратегій [1]. Соціально відповідальні інвестиції останнім часом стали потужним трендом інвестиційної практики. Це підтверджується їх обсягами, динамікою та збільшенням частки в загальній сумі глобальних активів, що знаходяться в управлінні [1, 2]. Станом на початок 2018 р соціально відповідальні інвестиційні активи становили 30,7 трлн. дол. на п'яти основних ринках світу, продемонструвавши зростання на 34% за два роки [2]. У всіх регіонах, окрім Європи, також збільшився ринковий сегмент відповідальних інвестицій. Частка соціально відповідальних інвестицій у активах, які знаходяться у професійному управлінні, становить від 18% у Японії до 63 % в Австралії та Новій Зеландії [2].

Основна мета соціально відповідального інвестування - зменшення поточного рівня ризику інвестиційних портфелів та досягнення цілей сталого розвитку в коротко- та довгостроковій перспективі. Безумовно, для розвитку соціально відповідального інвестування необхідні глобальні та регіональні ініціативи. Для аналізу потенціалу країни чи групи країн необхідно враховувати наступні групи факторів: демографічні, фінансові, економічні, соціальні та культурні. Дослідження, результати якого продемонстровано у даній публікації, зосереджено саме на культурних факторах.

Аналіз охоплював показники динаміки ринків соціально відповідального інвестування Європи, США, Канади та Японії. Ринок Європейського союзу є найбільшим за загальним обсягом соціально відповідальних інвестицій та займає частку у 52,6%, соціально відповідальні інвестиції на одну особу максимальні у Канаді, а найбільш динамічним ринком соціально відповідального інвестування є ринок Японії, який продемонстрував приріст з 2014 р. по 2016 р. на 6694% [2].

Аналіз впливу культурних цінностей ґрунтувався на даних Глобального альянсу стійкого інвестування (GSIA) та баз даних 6D Hofstede. «Виміри» культурних цінностей за Hofstede включали: дистанцію влади, індивідуалізм-колективізм, маскуліність-фемінінність, уникнення невизначеності, орієнтацію (довгострокова-короткострокова) та поблажливість [3]. Було застосовано методологічний підхід, запропонований Scholtens B. та Sievanen R., але тільки для культурних «вимірів» [4].

Результати проведеного аналізу (табл. 1.) дозволили дійти висновку, що показники дистанції влади, індивідуалізму-колективізму та маскуліності-фемінінності можуть чинити вплив на розвиток регіонального ринку соціально відповідального інвестування.

Показник дистанції влади в Україні більш ніж у два рази перевищує середнє значення за групами регіонів, що досліджуються. Показники індивідуалізму та маскуліності майже у три рази нижче у порівнянні з рештою досліджуваних регіонів. Показник уникнення невизначеності в Україні дуже високий, майже такий рівень має Японія та трохи нижчий представник Європейського союзу – Франція. Показник довгострокової орієнтації в Україні на середньому рівні, лише трохи нижчий за лідерів розвитку соціально відповідальних інвестицій – європейські держави.

Культурні показники за країнами

		Дистанція влади	Індиві- дуалізм	Маску- лінність	Уникнення невизначеності	Довгострокова орієнтація	Поблажливість
1	Італія	50	76	70	75	61	30
2	Франція	68	71	43	86	63	48
3	Швейцарія	34	68	70	58	74	66
4	США	40	91	62	46	26	68
5	Канада	39	80	52	48	36	68
6	Австралія	36	90	61	51	21	71
7	Японія	54	46	95	92	88	42
8	Середнє значення	45,9	74,6	64,7	65,1	52,7	56,1
9	Стандартне відхилення	18,6	21,1	18,9	19,2	22,0	18,8
	<i>Україна</i>	92	25	27	95	55	18

* жирним - значення, що мають хоча б одне стандартне відхилення від середнього значення

Джерело: складено автором на основі <https://www.hofstede-insights.com>

Україна перебуває на попередньому етапі розвитку ринку соціально відповідального інвестування: корпоративні соціально відповідальні компанії існують, вони стають все більш публічними та відкритими, прагнення уникати ризики та зменшити рівень невизначеності дуже високе, бажання для отримання доходу від інвестицій у фінансові інструменти також існує. Високий рівень дистанції влади, низький рівень індивідуалізму можуть стати стримуючим фактором для формування українського ринку соціально відповідального інвестування, але низький рівень маскулінності може дати переваги українському потенціалу для подальшого розвитку таких інвестицій. Слід зазначити також, що інституційні умови для становлення соціально відповідального інвестування ще не сформовано.

Література:

1. *European SRI study 2002 – 2018 (2003-2019) Eurosif, Brussels.* <http://www.eurosif.org>. Accessed 15 May 2019
2. *Global Sustainable Investment review 2016 (2017). GSIA.* http://www.gsi-alliance.org/wp-content/uploads/2017/03/GSIR_Review2016.F.pdf. Accessed 20 September 2018
3. *Hofstede Insights.* <https://www.hofstede-insights.com>. Accessed 20 May 2019
4. *Scholtens B, Sievanen R (2013) Drivers of Socially Responsible Investing: A Case Study of Four Nordic Countries. Journal of Business Ethics 115(3): 605–616. doi: 10.1007/s10551-012-1410-7.* Accessed 20 August 2018

СЕКЦІЯ 4**ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВОМ***АГАФОНОВА А.О.,*студентка 2 курсу магістратури факультету менеджменту
Миколаївського національного аграрного університету*Науковий керівник: к.е.н., доцент А.В. Бурковська***СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ
ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Функціонування аграрних підприємств у сучасних умовах неможливе без якісного управління виробничо-господарською діяльністю. Необхідним за таких умов є налагодження системи організації виробничо-господарської діяльності на підприємствах та управління нею, що, своєю чергою, забезпечувало б цілеспрямований вплив на формування і розвиток галузі в цілому [6].

Постання нових форм господарювання в аграрному секторі, зміна соціальних, економічних і правових положень, велике збільшення обсягу і структури сільськогосподарського виробництва обумовлюють потребу в ретельному дослідженні управління виробничо-господарської діяльності суб'єктів аграрного підприємництва з метою підвищення їх ефективності [5, с. 77].

Управління виробничо-господарською діяльністю аграрних підприємств є важливим фактором розвитку національної економіки та стабілізації України. Від нього залежить і ефективність виробництва, і якість обслуговування населення. Управлінський досвід збагачується шляхом знань основ науки управління і світових досягнень у практичній організації економічних та соціальних процесів [1, с. 68].

Одним з основних напрямів державної аграрної політики України на сучасному етапі є створення відповідних правових умов для ефективного виконання суб'єктами аграрного підприємництва виробничо-господарської діяльності [5, с. 77].

Сучасний розвиток ринкових відносин вимагає суттєвих змін у формуванні нових структур та розроблення дієвих механізмів функціонування аграрних підприємств. Аграрні підприємства, які мають дієву систему виробничо-господарської діяльності виявляють нездатні адекватно та успішно реагувати на постійні зміни умов зовнішнього середовища [2].

Будь-яка діяльність, в тому числі й виробничо-господарська, потребує організації та управління [3, с. 81]. Провідне місце в управлінні виробничо-господарською діяльністю займає комплекс заходів з планування, організації, мотивації, контролю виробничо-господарської діяльності з метою підвищення її ефективності у довгостроковій перспективі, а також цілеспрямована дія на колектив робітників з метою досягнення цілі виробництва [3, с. 82]. Особливої актуальності та специфіки набуває взаємодія об'єкта і суб'єкта управління при розробці цілей підприємства. Адже ціль виступає майбутнім бажаним станом об'єкта впливу, очікуваним результатом процесу управління [5, с. 78].

Для досягнення поставлених цілей, основним завданням буде підвищення ефективності виробничої діяльності, вдосконалення якісних характеристик продукції та розширення або зміни її асортименту, а також упровадження у виробництво нових видів продукції, підвищення продуктивності праці та рівня використання всіх виробничих ресурсів [6].

В умовах ринкової економіки актуальним для керівників підприємства є формування ефективного організаційно-економічного механізму управління підприємством, який здатний забезпечити ефективність управління і конкурентоспроможність підприємства. Для розвитку й ефективного функціонування аграрних підприємств основним фактором є успішна діяльність усіх його складових. Оскільки чинна система управління виробничо-господарською діяльністю вагомо впливає на роботу будь-якого підприємства [2].

Підвищення ефективності кожного підприємства позитивно впливає на економіку держави, формування доходів місцевих бюджетів, рівень добробуту населення [4, с. 228]. Ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства має визначатися з метою вирішення двох основних завдань. Перше, для виявлення та оцінки рівня використання окремих видів витрат і ресурсів, а також

економічної ефективності виробництва. Друге, для економічного обґрунтування і відбору якомога кращих виробничо-господарських рішень (впровадження нової техніки, технології та організації виробництва, праці й управління, варіанти інвестування та ін.) [4, с. 229].

Система управління діє на сфері виробничої господарської діяльності, а саме: сферу зовнішньої та внутрішньої інформації, сферу виробництва, сферу збуту, фінансову сферу, сферу розвитку і формування стабільного колективу, сферу постачання [1, с. 70].

Вважаємо, що для успішного управління виробничо-господарською діяльністю необхідним є ефективне управління. На ефективність діяльності підприємств суттєво впливає вибір методів і принципів управління. Результат діяльності підприємства залежить від ефективності формування організаційних структур управління, якості підбору персоналу, технології та її дотримання, а також врахування впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Література:

1. Чукіна І.В. Сучасний стан організації управління виробничо-господарською діяльністю аграрних підприємств / І.В. Чукіна // *Інвестиції: практика та досвід*. – 2018. – № 8. – С. 68 - 70.
2. Чукіна І.В. Особливості та значимість механізму управління виробничо-господарською діяльністю аграрних підприємств / І.В. Чукіна // *Економіка та держава*. – 2017. – № 12. – С. 125.
3. Ващенко А.А. Ефективність виробничо-господарської діяльності в механізмі управління промисловими підприємствами / А.А. Ващенко // *ISSN 2073-9982, Економічний вісник*. – 2017. – № 1. – С. 81-82.
4. Жуков А.В. Сучасні теоретичні засади формування ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства / А.В. Жуков // *Економіка підприємства*. 2016. – № 1. – С. 228-229.
5. Чукіна І.В. Управління виробничо-господарською діяльністю аграрних підприємств: теоретичний аспект / І.В. Чукіна // *Агросвіт*. – 2014. – № 5. – С. 77 - 78.
6. Бондаренко І.Д. Особливості управління діяльністю аграрних підприємств / І.Д. Бондаренко // *Економіка та управління підприємствами* – 2016. – № 13. – С. 357.

АЛЕКСЕЄНКО П.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: викладач Т.О. Косякова

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ

Запаси визнаються активом, якщо існує ймовірність отримання в майбутньому економічних вигод, пов'язаних з їх використанням, та їх вартість може бути достовірно визначена.

Методологічні засади формування інформації про запаси у бухгалтерському обліку та розкриття її у фінансовій звітності визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 "Запаси".

Норми цього Положення (стандарту) застосовуються підприємствами, організаціями та іншими юридичними особами (далі - підприємства) незалежно від форм власності (крім бюджетних установ).

Відповідно до П(С)БО 9 запаси - це активи, які:

- утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності;
- перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва;
- утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством,

Для цілей бухгалтерського обліку запаси включають:

- сировину, основні й допоміжні матеріали, комплектуючі вироби та інші матеріальні цінності, що призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва й адміністративних потреб;

- незавершене виробництво у вигляді не закінчених обробкою і складанням деталей, вузлів, виробів та незакінчених технологічних процесів.

Незавершене виробництво на підприємствах, що виконують роботи та надають послуги, складається з витрат на виконання незакінчених робіт (послуг), щодо яких підприємством ще не визнано доходу;

- готову продукцію, що виготовлена на підприємстві, призначена для продажу і відповідає технічним та якісним характеристикам, передбаченим договором або іншим нормативно-правовим актом;

- товари у вигляді матеріальних цінностей, що придбані (отримані) та утримуються підприємством з метою подальшого продажу;

- малоцінні та швидкозношувані предмети, що використовуються протягом не більше одного року або нормального операційного циклу, якщо він більший одного року;

- молодняк тварин і тварини на відгодівлі, продукцію сільського і лісового господарства, якщо вони оцінюються за нижчою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації запасів.

Відповідно до П(С)БО 9 запаси - це активи, які:

- утримуються для подальшого продажу за умов звичайної господарської діяльності;
- перебувають у процесі виробництва з метою подальшого продажу продукту виробництва;
- утримуються для споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством.

Норми П(С)БО 9 "Запаси", не поширюються на такі запаси:

- незавершені роботи за будівельними контрактами, включаючи контракти з надання послуг, що безпосередньо пов'язані з ними;

- фінансові активи

Бухгалтерський облік є найважливішим засобом систематичного контролю за схоронністю запасів за правильним їхнім використанням і виявленням додаткових резервів зниження собівартості.

Література:

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік / Ф.Ф. Бутинець, Т.В. Давидюк, Н.М. Малюга, Л.В. Чижевська. – Житомир: Рута, 2002. – 480 с.

2. Mokhnenko A. Human capital cost accounting in the company management system / T.Hilorme, I.Perevozova, L.Shpak, A.Mokhnenko, Y.Korovchuk // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – London, 2019. – № 23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/human-capital-cost-accounting-in-the-company-management-system-8412.html>

АТАЄВА О.,

к.е.н., доцент Навчально-наукового професійно-педагогічного інституту
Української інженерно-педагогічної академії, м. Бахмут

СТРУКТУРІЗАЦІЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЯК ЗАСІБ СОЦІАЛЬНОЇ ЗАЦІКАВЛЕНОСТІ ПЕРСОНАЛУ

Як відомо, до сьогодні методи справедливого управління оплатою праці не знайшли радикального вирішення на державному рівні у світі, в тому числі і в Україні. Зокрема, в країні помітна значна полярність рівня оплати праці в порівнянні з країнами Західної Європи, бо не відповідає відтворювальному її рівню. Тому в рамках мотиваційного механізму чекають рішення, перш за все, питання розвитку методів обґрунтування рівня оплати праці і структуризації її фондів [1].

Як свідчать дослідження, первинно виникають проблеми методологічного забезпечення перевлаштування існуючої організації оплати праці, яка не забезпечує її соціальної відчутності для працівників і їх родин та ефективності виплат для бізнесу. Перш за все, виникають потреби наукового обґрунтування параметрів структури фонду оплати праці на підприємствах в сучасний період.

Ознайомлення з досвідом структуризації фонду оплати праці, зокрема, на українських машинобудівних підприємствах, дозволило виявити основний недолік існуючих структур – значна кількість їх елементів, в зв'язку з чим відбувається розлив їх стимулюючої функції. Так, наприклад, на флагманському машинобудівному заводі в м. Краматорську (НКМЗ) в складі ФОП редукторного цеху виявлено 55 елементів. При середньомісячному заробітку у 2018 р. 12,4 тис. грн. середня вартість кожного елементу складала 225,4 грн., що рівнозначно ціні 15 хлібин. Тому першочерговою задачею виявляється структуризації ФОП стає обмеження кількості цих елементів до потрібного рівня, з яких критерієм їх обмеження виявляється поріг соціальної відчутності заохочувальних виплат.

Розглянемо зміни рівня і структури ФОП на прикладі ЗАТ «НКМЗ» у період 2016-2018 рр. Не дивлячись на зростання основної заробітної плати на 2,7 %, її частка в структурі ФОП знизилась з 54,74 % у 2016 р. до 41,76 % у 2018 р., тобто на 23,7 % ($41,76 / 54,76 \times 100 - 100$). Зменшилася також частка почасової оплати праці за тарифними ставками та окладами у складі основної заробітної плати з 28,26 % до 25,89 %, або на 8,39 %, а відрядної заробітної плати – з 25,49 % до 15,15 %, або на 40,6 %.

Одночасно відбулися структурні зміни ФОП за елементами додаткової заробітної плати, які виявляються проявом її стимулюючої функції. Зокрема, питома вага додаткової заробітної плати в

структурі ФОП знизилася з 40,4 % у 2016 р. до 27,9 % у 2018 р., тобто на 30,9 %. Відповідно зменшився і абсолютний рівень цього показника.

Отже, за аналізований період у складі структури ФОП частка заохочувальних та компенсаційних виплат зросла з 4,86 % до 30,36 %, а абсолютний рівень їх зріс на 520 %.

Такі зміни свідчать про посилення стимулюючої функції при формуванні механізму управління оплатою праці і послаблення відтворювальної функції. Тому слід враховувати, що у структуру ФОП включена також мінімальна зарплата, яка повинна забезпечувати відтворювальний рівень оплати праці, еквівалентний вартості людського капіталу. Так, наприклад, при мінімальній зарплаті у 2018 р. по країні – 3436 грн за місяць частка мінімальної зарплати у складі середньої зарплати на «НКМЗ» дорівнювала 25,7 %, що непомірно порівняно з вартістю елементарних фізіологічних і соціальних потреб людини.

На базі проведених досліджень і результату аналізу недоліків побудови існуючих структур фонду оплати праці на українських підприємствах запропоновано проект принципової схеми класифікації елементів структури ФОП, який поєднує такі її елементи, як: мету структуризації, класифікаційну групу працюючих, результат структуризації та виділено такий елемент структури ФОП як основну і мінімальну зарплату, доплати: за рівень кваліфікації, за інтенсивність праці тощо. Всього виділено 13 елементів, які однаково дозволяють концентрувати увагу на регламенті структури ФОП відповідно до методів її обґрунтування. Визнано також за необхідне виділити нормовану частку структури ФОП за рівнем мінімальної заробітної плати, еквівалентної до вартості робочої сили, тобто до вартості людського капіталу.

Розкрито існуючі і пропоновані методологічні підходи до формування структури фонду оплати праці на прикладі машинобудівної галузі промисловості України, що дозволяють визначати і забезпечувати відтворювальний і стимулюючий її рівень на науковій основі [2].

Зокрема, встановлено, що у зв'язку з науково-технічним прогресом людства і зростанням матеріального забезпечення виробництва і життя відбувається переорієнтація економічних інтересів суспільства на соціально-економічні інтереси, а згодом на соціальні суспільні його інтереси. Доведено, що в сучасному існуючому світовому суспільстві, як і в Україні, визначальну роль відіграє заробітна плата, її організація і структуризація її фонду.

Визнана відповідність між задоволенням зростаючих фізіологічних і соціальних потреб людини при узгоджених масштабах виробництва, його ресурсної і економічної забезпеченості відповідно до об'єктивного економічного закону розвитку людства. Визнано за недолік існуючої організації оплати праці в Україні її значну полярність в порівнянні з країнами західної Європи.

Та науково-технічний прогрес розвитку людства потребує переобладнання організації оплати праці за принципами соціальної її відчутності і ефективності до бізнесу. Перш за все, вимоги стосуються формування структури фонду оплати праці на соціальній основі. Тому в дослідженні рекомендована нова принципова структура формування фонду оплати праці, визначальним критерієм якої рекомендовано мінімальний рівень зарплати, еквівалентний вартості робочої сили (людського капіталу).

Доведено, що в подальшому виникає необхідність зміни соціальних напрямів перевлаштування оплати праці суспільства, з урахуванням фізіологічних настанов, а саме до зміни методологічних підходів відносно перегляду мінімальної і середньої заробітної плати за критерієм соціальної відчутності її рівня з боку найманих працівників і їхніх родин та застосування методології відповідних економічних розрахунків.

Література:

1. Колот А. М. Оплата праці на підприємстві: Організація та удосконалення. – К.: Фірма «Праця», 1997, – 192 с.
2. Ковальов В. М. Методологічні підходи до визначення порогу соціальної відчутності оплати праці в Україні (теоретичний аспект) / В. М. Ковальов, О. А. Атаєва // Україна: аспекти праці – науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – Київ: 2014. – № 3. – С. 28-33.

аспірантка кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки
факультету економіки, бізнес-аналітики та підприємництва
Херсонського національного технічного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор М.В. Шарко

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

Харчова індустрія займає чільне місце у структурі господарського комплексу (понад 17,0% промислового виробництва). Основними фондами харчової промисловості є м'ясна, молочна та олійно-жирова галузі, позитивні зрушення яких свідчать про ефективне використання наявного ресурсно-сировинного потенціалу.

Задля оцінювання ефективності функціонування підприємств харчової промисловості необхідно використовувати систему показників відповідно до об'єкту, напрямів та методів дослідження, а також очікуваних результатів та методів контролю їх досягнення.

Критеріями оцінювання ефективності функціонування галузі є насамперед аналізування динаміки таких показників, як: виробництво та обсяг реалізації окремих видів харчових продуктів та напоїв, фінансові результати до оподаткування за видами харчової промисловості, рентабельність операційної діяльності підприємств харчової промисловості тощо.

Зазначимо, що протягом 2013 – 2018 рр. у забезпеченні фізичної достатності продовольства спостерігалася неоднозначна тенденція нарощування обсягів виробництва харчових продуктів. У 2013, 2015 та 2018 рр. відмічено незначне падіння кількості промислової продукції (у зв'язку зі зменшенням обсягів виробництва підакцизної групи товарів, олії та цукру), проте у 2014, 2016 та 2017 роках галузь збільшила виробництво: у 2014 році – на 2,5%, у 2016 році – на 4,4%, у 2017 році – на 2,9%.

За регіональним критерієм найбільші обсяги реалізованої продукції у 2018 році мали Київська, Полтавська, Дніпропетровська, Харківська, Запорізька області та м. Київ.

Студіювання трендів обсягів продукції харчової промисловості протягом 2013 – 2018 рр. за окремими видами засвідчило позитивну динаміку галузі з перероблення і консервування овочів та фруктів, виробництва какао, шоколаду та цукрових кондитерських виробів, виробництва напоїв. Неоднозначною динамікою характеризувалося виробництво м'яса і м'ясних продуктів, молочних продуктів, олії та тваринних жирів. Спостерігалася стійка тенденція зниження обсягів продуктів борошномельно-круп'яної промисловості.

Під час вивчення фінансових результатів до оподаткування підприємств харчової промисловості протягом 2013 – 2018 рр. виявлено позитивну тенденцію до збільшення досліджуваного показника. У 2018 році 70,4% підприємств одержали прибуток у розмірі 27427,7 млн. грн., а 29,6% отримали збитковий фінансовий результат до оподаткування, що склав 8100,2 млн. грн.

За даними Державної служби статистики України рентабельність операційної діяльності підприємств харчової промисловості у 2018 році є додатною (4,8%), але не на високому рівні (через низьку рентабельність підприємств з виробництва виноградних вин, безалкогольних напоїв, готових кормів для тварин та інших харчових продуктів).

Незважаючи на наявність багатьох проблем, харчова промисловість повинна залишатися провідним сектором національного промислового виробництва. Для цього важливо вирішити низку стратегічних завдань:

- здійснити комплексну модернізацію харчових виробництв, впровадити у виробничий процес новітні досягнення науки та техніки;
- забезпечити зростання обсягів інвестицій для посилення інноваційної діяльності, впровадити ресурсозберігаючі і маловідходні виробництва;
- здійснити контроль за якістю і безпекою продовольчих товарів на основі методик системи НАСРР, систем менеджменту якості за міжнародним стандартом серії ISO 9000, систем екологічного менеджменту харчових виробництв відповідно до міжнародного стандарту серії ISO 140000;
- розробити та імплементувати дієві механізми підвищення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках тощо.

Реалізація зазначених завдань уможливить підняття вітчизняної харчової промисловості на новий рівень розвитку, сприятиме збереженню здоров'я нації, посиленню продовольчої безпеки та підвищенню рівня конкурентоспроможності національної економіки.

Література:

1. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 16.09.2019).
2. Купріна Н. М., Баранюк Х. О. Ефективність діяльності підприємств харчової промисловості Одеської області: практичний аспект. *Економіка харчової промисловості*. 2015. Т. 7, Вип. 4. С. 28–34.
3. «Промисловість України у 2011 – 2015 роках»: статистичний збірник/ за ред. І. С. Петренко. Київ, 2016. 381 с.
4. Шадура-Никипорець Н. Т. Сучасний стан харчової промисловості України в контексті вирішення проблем ефективного господарювання. *Теорії мікро- макроекономіки*. К.: АМУ. 2010. №35. С. 109 – 117.
5. Швець Ю. О., Бутенко А. А. Аналіз сучасного стану харчової промисловості України на внутрішньому та зовнішньому ринках. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2018. Вип. 30. С. 71 – 74.

БУШМАКУ О.В.,

студентка 2 курсу факультету підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Університету імені Альфреда Нобеля

Науковий керівник: к.т.н., доцент В.М. Орлова

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЇХ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ

Кожного дня, діяльність Українських підприємств в сучасних реаліях господарювання, стикається з низкою різних проблем, що перешкоджають вдалому та успішному функціонуванню. Наприклад, сьогоденні кризові ситуації, значним чином впливають на фінансово-економічне становище підприємств країни, що в свою чергу може призвести до фінансової неспроможності або банкрутства. В наслідок цього, знижується загальний рівень фінансового прибутку населення, причиною якого слугують втрата робочих місць та підвищення соціальної нестабільності у суспільстві [1].

Досить доцільним питанням, буде визначення рентабельності підприємств, що в свою чергу характеризується ступенем окупності поточних витрат прибутком. Існує безліч різних методів аналізу рентабельності, але одним із найбільш простих, є метод так званий CVP (cost-volum-profit, витрати – об'єм – прибуток). Спираючись на нього, є доцільним розрахування рентабельності у напрямі співвідношення грошового прибутку від реалізації, що здатне відшкодувати витрати на виробництво та отримувати чистий прибуток. Тобто, рентабельність діяльності підприємства являє собою суму прибутку від операційної діяльності, що припадає умовно на кожні 100 грн. витрат від загальної діяльності компанії [2]. Якщо значення даного показника буде високе, це свідчитиме про добре налагоджений загальний процес функціонування підприємства, за рахунок реалізації продукції та отримання чистого прибутку.

У табл. 1 наведено офіційні дані Державної служби статистики України [3] за 2016-2018 рр., які дозволяють проаналізувати діяльність підприємств за економічним становищем. Згідно з даних табл. 1, можна констатувати той факт, що перші позиції по рентабельності у досліджуваній період займає сільська, лісова та рибна промисловість. Також була ефективною діяльність у сфері професійної, наукової, технічної діяльності та оптова, роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів. Так-як, підприємства, що займаються цими видами діяльності мають найвищі показники окупності, можна зробити висновок, що прослідковується необхідність функціонування даних суб'єктів господарювання на території України.

Найнижчі показники рентабельності у сфері діяльності мистецтва, розваг, спорту та відпочинку, що в свою чергу вказує на низький рівень попиту на дані види товарів та послуг.

**Рентабельність діяльності підприємств за видами економічних процесів
за 2016-2018 роки (млн. грн)**

	Результат від операційної діяльності		Витрати операційної діяльності		Рівень рентабельності (збитковості), %	
	2016 р.	2017 р.	2016 р.	2017 р.	2017 р.	2018 р.
Усього	315184,7	439488,1	4258442,3	4984169,5	8,8	8,1
Сільське, лісове та рибне господарство	109638,7	89494,5	338045,6	399874,5	22,4	17,9
Промисловість	96856,9	185977,6	2331111,2	2727535,5	6,8	6,3
Будівництво	-714,9	3643,8	181765,2	227765,7	1,6	2,8
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	59328,0	77078,5	376671,0	409128,0	18,8	23,7
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	18864,4	-4716,0	370177,1	458052,1	-1,0	-1,6
Тимчасове розміщення й організація харчування	-219,4	2433,6	26903,4	31330,0	7,8	8,5
Інформація та телекомунікації	10047,9	18141,5	118558,9	131821,7	13,8	13,1
Фінансова та страхова діяльність	-3765,1	2076,9	78583,8	74987,2	2,8	1,0
Операції з нерухомим майном	-9824,4	7063,7	120935,8	114662,1	6,2	17,8
Професійна, наукова та технічна діяльність	38489,0	57593,0	218523,1	297282,1	19,4	8,8
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	-2516,0	1954,1	65033,1	74252,3	2,6	0,0
Освіта	134,9	102,6	2428,2	2803,0	3,7	5,9
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	621,5	587,3	13885,5	17627,3	3,3	3,6
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	-1958,6	-1924,4	11856,8	12449,4	-15,5	-1,1
Надання інших видів послуг	201,8	-18,6	3963,6	4598,6	-0,4	2,7

Провівши певний аналіз, ми досить чітко відстежуємо достатньо низьку ефективність діяльності вітчизняних підприємств, звісно, кожна галузь господарства має свою специфіку, але слід підлаштовуватися під сучасні потреби та вимоги ринку, та гідно тримати планку зростання попиту на послуги. Лише при чіткому встановленні обов'язків між підрозділами системи підприємства та оптимізації показників, можливо забезпечити ефективну та рентабельну діяльність підприємства в цілому.

Література:

1. Короткевич О.В. Рентабельність господарської діяльності підприємств. Економіка і прогнозування / О.В.Короткевич. – 2008. – С. 61-69.
2. Слободян Н.Г. Організація і методика економічного аналізу / Н.Г. Слободян. – 2013. – С. 113-119.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

SPACE-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД ОЦІНКИ СТРАТЕГІЧНОГО ПОЛОЖЕННЯ МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Кожне підприємство унікальне в здійсненні своєї діяльності, отже, процес вироблення і реалізації стратегії для будь-якої фірми є індивідуальним. В умовах ринкової економіки підприємства функціонують в умовах конкуренції, постійно схильні до змін зовнішнього середовища. Це означає, що для підприємств необхідно формувати довгострокову стратегію розвитку, яка дозволила б їм оперативно реагувати на зміни і залучати інвестиції, необхідні для функціонування [2]. Неправильна оцінка стану підприємства може спричинити за собою катастрофічні наслідки. Тому при виборі механізму використання конкурентних переваг підприємства для усунення загроз і зменшення впливу слабких сторін, важливо враховувати поточний стан підприємства. Цінним методом такого аналізу виступає матриця стратегічного положення і оцінки дій або SPACE-матриця.

Метод SPACE є комплексний підхід, призначений для діагностування ситуації і вибору варіанта стратегії для підприємства шляхом побудови матриці і вектора розвитку. Матриця SPACE може бути використана самостійно або як основа для іншого аналізу. В аналізі розглядаються два внутрішніх і два зовнішніх показника, які складаються з набору різних критеріїв, які оцінюються експертним шляхом за бальною шкалою, а також вивчається вагомість кожного критерію в загальному показнику [1]. Після отримання оцінок, прораховують підсумкову оцінку по кожному критерію і показником в цілому, середню оцінку всередині кожної групи факторів.

Застосування методу розглянемо на прикладі діяльності ПрАТ «Юрія», яке спеціалізується на виробництві молока та молочних продуктів. Використовуючи метод SPACE-аналізу, оцінимо стратегічне становище та дії ПрАТ «Юрія». У таблиці 1 відображені результати оцінки критеріїв, що характеризують, відповідно, фінансове становище підприємства, його конкурентоспроможність, привабливість галузі, стабільність середовища. Експертна оцінка була здійснена спеціалістами підприємства та молокопереробної галузі. Обрані критерії було оцінено за п'ятибальною шкалою. Кожному критерієві було визначено відповідну вагу, після чого його зважену оцінку та оцінку групи в цілому.

Таблиця 1

Оцінка критеріїв для проведення SPACE-аналізу діяльності ПрАТ «Юрія»

Критерії	Оцінка балів	Вага	Зважена оцінка балів
Фінансова сила підприємства – ФС			2,4
рентабельність підприємства	3	0,4	1,2
фінансовий стан	2	0,3	0,6
ліквідність	2	0,3	0,6
Конкурентоспроможність підприємства – КП			3,2
Частка підприємства на ринку	4	0,2	0,8
Можливості активного впливу на рівень цін і витрат	3	0,3	0,9
Рентабельність продажу	3	0,5	1,5
Привабливість галузі – ПГ			3,9
Характеристика конкурентної ситуації	5	0,3	1,5
рівень розвитку галузі	3	0,4	1,2
інвестиційна привабливість галузі	4	0,3	1,2
Стабільність галузі – СТ			3,7
маркетингові та рекламні можливості	4	0,5	2
можливість інноваційного розвитку	3	0,3	0,9
тривалість життєвого циклу галузі	4	0,2	0,8

Джерело: власні дослідження автора.

Отже, за результатами проведення SPACE-аналізу (таблиця 1) виявили, що ПрАТ «Юрія» знаходиться у конкурентному стратегічному положенні на ринку. Цей стан характерний для привабливої галузі. Підприємство має конкурентні переваги у мінливому мікро- та макромаркетинговому середовищі. Критичним фактором є фінансовий становище підприємства. Необхідно скорочувати загрози, пов'язані з втратою фінансування. Основними стратегічними напрямками підприємства повинні бути пошук фінансових ресурсів, розвиток збутової мережі та збільшення обсягів реалізації продукції.

Перераховані рекомендації базовані на аналізі внутрішніх та зовнішніх факторів діяльності підприємства і пов'язані з удосконаленням бізнес-процесів ПрАТ «Юрія». Враховуючи те, що комплексний SPACE-аналіз був проведений для одного молокопереробного підприємства, його алгоритм можна застосовувати і для інших підприємств галузі.

Таким чином, SPACE-аналіз можна застосовувати для розробки стратегії і для контролю її реалізації. Аналіз дозволяє досліджувати діяльність підприємства за чотирма напрямками, які характеризують як внутрішній потенціал, так і зовнішнє середовище підприємства.

Література:

1. Шквиря Н.О. Обґрунтування вибору маркетингової стратегії молокопереробного підприємства / Н.О. Шквиря // Інфраструктура ринку.-2019. – С. 324-329
2. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посіб. / Редченко К. І. – [Вид. 2-ге. доп.]. – Львів : Новий Світ – 2000, 2003. – 272 с.

ВОЙТЕНКО К.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.М. Скачков

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливим фактором підвищення конкурентоспроможності національної економіки України є розвиток машинобудівної галузі. Проблема конкурентоспроможності підприємств машинобудівного комплексу України на світових ринках є складною і комплексною. Машинобудування залишається технологічно відсталим, надто вразливим до кон'юнктурних коливань на світовому ринку. Україна потребує комплексного формування та поетапної реалізації національної стратегії розвитку машинобудівної галузі та забезпечення належного рівня її конкурентоспроможності на міжнародних ринках.

Для того щоб узагальнити фактори, що впливають на галузь машинобудування, пропонується скористатися PEST-аналізом, який є інструментом, призначеним для виявлення політичних (P – political), економічних (E – economic), соціальних (S – social) і технологічних (T – technological) факторів. Ця методика часто використовується для оцінки ключових ринкових тенденцій галузі, а результати цього аналізу можна використовувати для визначення списку загроз і можливостей і застосовувати для довгострокового стратегічного планування на три-п'ять років вперед [1].

Економічні фактори:

1. Замалий обсяг інвестицій у машинобудівній галузі.
2. Недостатній попит внутрішнього ринку.
3. Ускладнений режим податків.
4. Загрозливо висока інфляція.
5. Неконтрольоване зростання цін на товари, сировину та енергоресурси в машинобудівній галузі.

Соціальні фактори:

1. Нестача інженерних спеціальностей за їх низької престижності.
2. Відтік кваліфікованих кадрів з машинобудівної галузі.
3. Зменшення фахівців та робітників у промислових регіонах.
4. Значна різниця між заробітною платою та потребами працівників машинобудівної галузі.

Політичні фактори:

1. Зіпсовані торговельні стосунки з Росією.

2. Військові дії на сході України, де найбільш зосереджена машинобудівна галузь.

3. Більшість машинобудівних підприємств приватизовані, що не дає змогу державі втручатися в їх діяльність.

4. Понад 70 % населення країни не мають довіри до державних органів та її влади.

Технологічні фактори:

1. Незначна кількість машинобудівних підприємств які використовують та створюють нові та передові технології.

2. Велике зношування активної частини основних фондів.

3. Продукція, що випускається, у більшості є морально застарілою, з низьким рівнем автоматизації.

4. Залежність від постачань деталей та комплектуючих з інших країн.

Виходячи із отриманих результатів, можна чітко визначити, що на даному етапі найбільший вплив на машинобудування мають політичні фактори, перш за все військові дії на сході України, що спричинили значне зниження обсягів виробництва. Для зміни даної ситуації необхідно підвищити рівень якості машинобудівної продукції для того, щоб вийти на європейський ринок. Також слід звернути увагу на інші фактори зовнішнього середовища і провести зміни в податковій політиці та стимулювати інноваційну діяльність, що зміцнить конкурентоспроможний потенціал машинобудівних підприємств і дасть можливість бути конкурентоспроможним не лише на пострадянському просторі, а й на глобальних ринках.

Для зростання обсягу виробництва машинобудівної продукції потрібно, щоб на неї був попит на закордонних ринках. Тому, щоб машинобудівна галузь зростала саме цьому треба приділяти підвищену увагу. Значну роль у нарощуванні обсягів виробництва машинобудівної продукції відіграватиме розвиток авіакосмічного машинобудування, в тому числі в контексті реалізації домовленостей щодо співпраці з країнами – основними партнерами в цій сфері (Бразилія, країни Південно-Східної Азії та Близького Сходу), а також налагодження повномасштабного серійного виробництва сучасних вітчизняних літаків та покращення фінансового стану підприємств авіаційної та космічної галузі, за рахунок наданих податкових пільг. В цілому, зростання виробництва у машинобудуванні з урахуванням посилення позицій України на світовому ринку середньо- та високотехнологічної продукції, згідно з прогнозами Уряду на 2019-2021 роки в середньому за рік становитиме 8,9 відсотка [2]. Однак для забезпечення подальшого розвитку українські машинобудівні підприємства потребують розробки та впровадження Урядом України комплексної стратегії розвитку машинобудівної галузі на майбутні 10-15 років.

Література:

1. Лужецький А.І. Діагностика зовнішнього середовища машинобудівних підприємств України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journa/28.pdf>

2. Прогноз економічного і соціального розвитку України на 2019-2021 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmi.gov.ua/ua/npas/pro-shvalennya-prognozu-ekonomichnogo-i-socialnogo-rozvitku-ukrayini-na-20192021-roki>

ГАМАНОВИЧ А.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент В.В. Ковальов

ЗАЛУЧЕННЯ КАПІТАЛУ У ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Позиковий капітал – це певна сума вільних грошей, які надаються їх власником у тимчасове користування іншій особі (підприємцю) з метою отримання процента.

Позиковий капітал або капітал, що приносить проценти, як і торговельний, виник задовго до капіталізму, ще у рабовласницькому суспільстві у вигляді лихварського капіталу. Він, як і купецький капітал, відіграв значну роль у руйнуванні феодалізму й становленні капіталізму. Проте в умовах

сучасної ринкової системи позичковий капітал втратив свою самостійність й існує як відокремлена частина промислового капіталу.

Позиковий капітал підприємства представляє обсяг його фінансових зобов'язань (загальну суму боргу). Фінансові зобов'язання розрізняють такі:

1. Довгострокові фінансові зобов'язання. Це зобов'язання, які виникають при позиці капіталу на термін понад 1 рік. Основними з цих зобов'язань є:

- 1) за довгостроковими кредитами банків та небанківських установ;
- 2) за податковим кредитом;
- 3) за емітованими облігаціями;
- 4) за фінансовою допомогою, наданою на поворотній основі;
- 5) за фінансовим лізингом і т. ін.

2. Короткострокові фінансові зобов'язання. Виникають при позиці капіталу терміном до 1 року.

До них відносять зобов'язання:

- 1) за короткостроковими кредитами банків та небанківських установ;
- 2) за товарами, роботами, послугами; за виданими векселями;
- 3) за отриманими авансами;
- 4) за розрахунками з бюджетом і не бюджетними фондами;
- 5) за оплатою праці;
- 6) за розрахунками з дочірніми підприємствами й т. ін.

Джерела і форми залучення підприємством позикових засобів дуже різноманітні. Позикові засоби класифікують за такими ознаками:

1. За цілями залучення: 1) для забезпечення відтворення необоротних активів; 2) для поповнення оборотних активів; 3) для задоволення інших господарських чи соціальних потреб.

2. За джерелами залучення: 1) із зовнішніх джерел; 2) з внутрішніх джерел.

3. За періодом залучення: 1) на довгостроковий період (понад 1 рік); 2) на короткостроковий період (до 1 року).

4. За формою залучення:

1) у грошовій формі (банківський кредит); 2) у формі обладнання (фінансовий лізинг); 3) в товарній формі (товарний або комерційний кредит); 4) в інших матеріальних чи нематеріальних формах.

5. За формою забезпечення: 1) незабезпечені позикові засоби; 2) забезпечені поручительством чи гарантією; 3) забезпечені завдатком чи заставою. З врахуванням класифікації позикових засобів використовують різні методи управління їх залученням.

Управління залученням позикових засобів є цілеспрямованим процесом їх формування з різних джерел і в різних формах відповідно до потреб підприємства в позиковому капіталі на різних етапах його розвитку.

Процес управління залученням позикових засобів підприємством здійснюється за такими основними етапами.

Етап 1. Аналіз залучення і використання позикових засобів в попередньому періоді.

Етап 2. Визначення цілей залучення позикових засобів у майбутньому періоді.

Етап 3. Визначення граничного обсягу залучення позикових засобів.

Етап 4. Оцінювання вартості залучення позикового капіталу з різних джерел.

Етап 5. Визначення співвідношення обсягу позикових засобів, що залучаються на коротко- і довгостроковій основі.

Етап 6. Визначення форм залучення позикових засобів.

Етап 7. Визначення складу основних кредиторів.

Етап 8. Формування ефективних умов залучення кредитів.

Етап 9. Забезпечення ефективного використання кредитів.

Етап 10. Забезпечення своєчасних розрахунків за отриманими кредитами.

Література:

1. Куц Л.Л. Капітал підприємства: формування та використання / Л.Л. Куц. – Тернопіль, ТНЕУ, 2012. – 114 с.

2. Мохненко А.С. Виникнення, еволюція та сутність фермерських господарств / А.С. Мохненко / Таврійський науковий вісник. – Херсон, 2009. – № 62. – С. 299-306.

ГАРАФОНОВА О.,

д.е.н., професор, професор кафедри менеджменту
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

БАРДАЧЕНКО Д.,

студентка 2 курсу магістратури,
факультету економіки та управління
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ТРАНСФОРМАЦІЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТНОЇ ПОЗИЦІЇ

Вивчення конкурентних переваг має дуже велике значення для управління підприємством, так як розвиток організації пов'язаний конкуренцією і протистоянням на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції. Конкурентні переваги повинні забезпечувати унікальність торгової марки і задовольняти специфічні потреби клієнта.

Отже, дана тема є актуальною і важливою на сьогодні. Так як завоювання і збереження конкурентних переваг є, як відомо, ключовою функцією управління підприємством. Особливо важливо домогтися переваг саме на насичених ринках, де попит задовольняється великою кількістю постачальниками.

Успішна адаптація або трансформація конкурентних переваг – запорука ефективного досягнення успіху на мінливому ринку, проте більшість компаній вважають, що адаптація до змін є складною. Згідно з теорією видів Дарвіна, "виживає не найінтелектуальніший вид, не найсильніший, а той вид, який все ж таки зумів вижити і який найкраще може пристосуватися до мінливого середовища, в якому він опинився. [1] З цього і випливає логічне питання: а чому деякі компанії чинять опір змінам?

Існує багато причин, через які компанії та їх працівники намагаються адаптуватися до змін і ще більше причин, через які компанії чинять опір змінам. Розглянемо найчастіші причини опору змінам:

- ✓ Погана комунікація – менеджерам не повідомляється інформація щодо потреби та причини змін або невідомість того, що саме потрібно зробити задля досягнення успіху.

- ✓ Страх перед невідомим є одним з найбільшим антагоністом змін.

- ✓ Успіх - топ менеджери часто стають жертвами власного успіху, адже історія прийняття «правильної» стратегії може перешкоджати розгляду змін.

- ✓ Звичка - без сумніву, всі чули вислів у компанії "ми не робимо це так". Інноваціям та змінам часто заважає звичка та страх покинути зону комфорту.

- ✓ Вигода - не розуміння вигоди від змін.

- ✓ Відповідальність - Рон Хашкенас писав у «Гарвардському огляді бізнесу», що «зміст управління змінами є досить правильним, але управлінська спроможність його впровадження може бути недорозвинутою».

- ✓ Знання та компетентність - для того, щоб визначити, чи потрібні зміни, і як їх впровадити, команда повинна бути обізнаною та володіти інформацією про поточний стан внутрішнього і зовнішнього середовища. Люди в компанії повинні мати знання та компетентність щоб: а) фільтрувати дані та інформацію у змістовні уявлення; б) приймати найкраще рішення на основі цих обґрунтованих розумінь.

Аналізуючи джерела інформації було розроблено схему адаптивності, яка складається з 5-ти чинників успішної адаптації до змін.

У 21 столітті здатність організації оптимізувати свою діяльність сильно пов'язана з її вмінням трансформуватися відповідно до змін ринку. Організації, які приймають стратегію «швидкого слідування», можуть досягти її лише за умови, якщо вони постійно вдосконалюють можливість управління змінами. Джерелом їх конкурентної переваги є здатність змінюватись швидше, краще та з меншими витратами ресурсів, ніж їх конкуренти.

Організації, які приймають стратегію «лідера ринку», можуть її досягти лише за умови, що вони мають спроможність виявити та актуалізувати нові та нетрадиційні можливості. Ці можливості можуть

вимагати складних і масштабних змін. Джерелом їх конкурентної переваги є не просто постійний рух з початку діяльності компанії на ринку, а й найкраще використання його перспектив. [2]



Рис.1. Цикл адаптивності [1]

Я вважаю, що ключовою особливістю на сьогодні є здатність організацій створювати та використовувати можливості організаційних змін для забезпечення конкурентної переваги.

Незалежно від обраної стратегії, я переконана, що саме ці фактори є вирішальними для успішної трансформації конкурентних переваг підприємства: здатність постійно вчитися та вдосконалюватися, здатність використовувати зміни для розвитку та залучення людей, здатність інтегрувати компетенції організаційних змін у формальну систему управління персоналом та здатність інтегрувати зміни у модель роботи та культури організації.

Основна проблема бізнес-стратегії - знайти спосіб досягнення стійкої конкурентної переваги перед іншими конкуруючими товарами та фірмами на ринку. Усім відомо, що будь-яке підприємство знаходиться в постійному пошуку конкурентних переваг, так як вони є основою їх діяльності, найбільш значимими факторами конкурентоспроможності та визначальними елементами конкурентної позиції на ринку. У зв'язку з постійними змінами на ринку, конкурентні переваги не можуть існувати вічно і кожна з них переживає свій життєвий цикл.

Для сучасного підприємства характерна проблема не тільки формування конкурентних переваг, але і їх утримання, тобто проблема стійкості конкурентної переваги. Від ступеня стійкості переваги залежить, наскільки довго вона може забезпечувати ринковому суб'єкту лідерство перед конкурентами.

На думку М. Портера, стійкість конкурентної переваги досягається, коли вона протистоїть виснаженню внаслідок поведінки конкурентів, для чого необхідно звертати увагу на організаційні здібності та ресурси, що лежать в основі конкурентної переваги сфери діяльності, і які повинні протистояти дублюванню іншими підприємствами [3].

Також гідно з теорією М. Портера існують три базові конкурентні стратегії: лідерства у витратах, диференціації та спеціалізації [4].

1. Стратегія лідерства у витратах полягає в тому, що, пропонуючи стандартний продукт або послугу, організація може досягти значно нижчої собівартості, ніж інші виробники. Водночас низька собівартість дає змогу організації проводити цінову конкуренцію, отримувати більший прибуток, який потім реінвестувати у виробництво для поліпшення якості продукції, зберігаючи при цьому середньогалузеву ціну.

2. Стратегія диференціації товарів передбачає виробництво продукції або послуг з унікальними властивостями. Успішна реалізація цієї стратегії зменшує гостроту конкуренції, особливо серед виробників споживчих товарів.

3. Стратегія спеціалізації передбачає фокусування на одному з сегментів ринку, на певній групі товарів. Цю стратегію може застосовувати як організація-лідер у витратах певного сегмента ринку, так і диференціатор, який обслуговує той же сегмент і може призначити вищу ціну. Стратегія спеціалізації дає змогу завоювати велику частку ринку на певному вузькому сегменті, але малу частку ринку загалом.

Таким чином, рекомендації М. Портера щодо генерації стратегічних альтернатив ґрунтуються на тому, що організація вже має певні конкурентні переваги, але не завжди відомо, за рахунок чого вони досягнуті. Здебільшого модель застосовують у випадку сповільненого зростання та стагнації галузей.

Професор і консультант з питань стратегій Рита Гюнтер Макграт вводить поняття «перехідні конкурентні переваги», визнаючи, що в сучасному бізнес-середовищі більшість компаній не здатні зберігати стійкі переваги на ринку. Вони змушені постійно шукати нові можливості, відкидаючи старі. Найбільш ефективні організаційні стратегії припускають часті трансформації бізнесу. [5].

Рита Макграт підкреслює, що характер конкуренції і сама суть конкурентних переваг на сучасному ринку змінилися настільки, що класичні інструменти стратегічного аналізу та планування багато в чому втратили свою ефективність. Авторка пропонує використовувати тимчасові переваги, які виникають і розвиваються на ринках хвилеподібно.

Замість традиційного підходу М. Портера пропонується розглядати стратегію в іншій перспективі, де головною є ідея того, що конкурентні переваги минають і щоб стати переможцем в умовах нестабільного, невизначеного середовища, керівники повинні навчитися використовувати короткострокові можливості і робити це дуже оперативно і рішуче.

Авторка стверджує, що в наш час даремно вважати, що найбільш значущою конкурентною загрозою для організації є внутрішньогалузеве суперництво і що своїми головними конкурентами компанії є інші компанії, що діють в тій же галузі, тобто фірми, які пропонують продукти-субститути, здатні замінити їх продукцію. Так ставитися до конкуренції досить небезпечно. Адже в наш час галузі конкурують з іншими галузями, бізнес-моделі змагаються з іншими бізнес-моделями тієї ж галузі, і виникають абсолютно нові категорії продуктів. Особливо це характерно для ринків цифрової революції.

Отже, я вважаю цікавим та правильним бачення Рити Макграт, тому що дійсно конкурентне середовище в наш час досить мінливе і потрібно весь час пристосовуватися до змін - керівники повинні навчитися швидко і ефективно реалізовувати короточасні можливості й трансформувати конкурентні переваги підприємства задля забезпечення конкурентної позиції на ринку.

Література:

1. Megginson, 'Lessons from Europe for American Business', *Southwestern Social Science Quarterly* (1963)
2. Іноземна стаття «Competitive Advantage. The ability of a company to outperform its competitors» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/competitive-advantage/>
3. Портер М. Конкуренція. - М.: Вільямс, 2010. - с. 790
4. Іноземна стаття «Competitive Advantage» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.tutor2u.net/business/reference/competitive-advantage>
5. Іноземна стаття «Transient Advantage», RitaGuntherMcGrath [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://hbr.org/>

ГОЛОВІНА С.В.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор А.С. Мохненко

СТРАТЕГІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Нестабільність внутрішнього і зовнішнього середовища діяльності підприємств, обумовлена високим рівнем конкуренції, мінливістю потреб, зміною платоспроможності покупців, не завжди сприятливим впливом безлічі глобальних економічних, соціальних, політичних та інших факторів, обумовлює важливість стратегічного планування та управління на підприємстві для досягнення успіху на ринку. Правильно розроблена стратегія – вибір найбільш ефективних напрямів розвитку підприємства, першочергових цілей і найкращих способів їх досягнення.

Стратегія – це довгостроковий якісно визначений напрямок розвитку підприємства, який стосується сфери діяльності суб'єкта господарювання, засобів і форм діяльності, системи взаємовідносин усередині організації, а також позиції організації у навколишньому середовищі, що приводить підприємство до його цілей [2, с. 193].

Результати діяльності АТ «Херсонгаз» визначаються факторами зовнішнього та внутрішнього середовища. В умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища керівництву доводиться управляти не тільки виробничим процесом, а й враховувати вплив зовнішніх факторів.

Інноваційна стратегія повинна бути спрямована на забезпечення подолання технологічних розривів у газовій промисловості регіону.

Зростання енергетичних потреб пов'язаних з новими проектами в будівельній сфері, недостатність енерго- та ресурсозберігаючих технологій в газовій сфері, вимагає орієнтацію на стратегічне управління інноваційним розвитком АТ «Херсонгаз», узгодження виробничої діяльності з потребами споживачів дозволяє оперативно змінюватися за для конкурентних переваг. У довгостроковій перспективі важливим аспектом діяльності АТ «Херсонгаз» у стратегічній перспективі є соціальна складова, робота у дружній команді професіоналів, можливість розкриття власного потенціалу та кар'єрне зростання співробітників, повністю узгоджуються із ціллю стратегічного розвитку АТ «Херсонгаз».

Різноманіття вимог і обмеженість ресурсів підприємства газової галузі визначають необхідність підвищення ефективності транспортування до кінцевого споживача, реалізації комплексного інноваційного розвитку в усіх напрямках діяльності розглянутого підприємства.

АТ «Херсонгаз» має орієнтуватися на підтримку вже досягнутих позицій за рахунок запобігання дій конкурентів по розширенню їх ринкової частки, тобто реалізовувати захисну стратегію інноваційного розвитку, в основі розглянутої стратегії лежать здійснювані періодично коротко- та середньострокові інноваційні розробки, які забезпечують скорочення витрат і (або) додають нові споживчі значущі властивості теперішнім видам діяльності.

У якості етапів процесу розробки стратегій інноваційного розвитку АТ «Херсонгаз» доцільно виділити п'ять основних пунктів, які повинні знайти відображення в програмі інноваційного розвитку:

– аналіз навколишнього середовища, у тому числі аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища, (він є, але вимагає коригування відповідно до нової соціально-економічної ситуації);

– визначення загального напрямку діяльності підприємства, формування місії, іміджу та цілей інноваційного розвитку (також є, але вимагає коригування);

– розробка конкретних планів і програм в усіх напрямках діяльності в аспекті таких параметрів, як: ціна, якість, сервіс. Слід передбачити наявність двох великих блоків: розробка стратегічного планування основної (операційної) діяльності підприємства та розробка стратегічних планів в фінансовій діяльності.

– реалізації або здійснення стратегії підприємства газової галузі в усіх напрямках та по всіх видах діяльності;

– контроль за реалізацією запланованих стратегічних дій, який припускає: оцінку роботи підприємства газової галузі, порівняння якості його роботи з конкурентами, а також з існуючими стандартами, розробку коригувальних дій спрямованих на реалізацію намічених цілей.

Отже, системність інноваційного розвитку всіх напрямків і видів діяльності АТ «Херсонгаз» дозволить в кінцевому рахунку досягти синергетичного інноваційного ефекту. У цілому відбудеться зниження собівартості продукції, економія енергетичних ресурсів, поліпшення споживчих якостей, підвищення екологічності виробництва, що забезпечить конкурентоспроможність товариства.

Література:

1. Алексеева М. М. *Планування діяльності підприємства: навч. посібник* / М. М. Алексеева. – М.: Фінанси і статистика, 2015. – 288 с.

2. Бужинський А. І. *Методика економічного аналізу господарської діяльності промислового підприємства: навч. посібник* / А. І. Бужинський. – М.: Фінанси і статистика, 2015. – 361 с.

3. Ковальчук І. В. *Економіка підприємства: навч. посібник*. – К.: Знання, 2008. – 679 с.

4. Mokhnenko A. *Formation of account of reservoir expenses model* / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhailyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*. – London, 2019. – № 23. – *Special Issue 2*. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-224.html>

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПОЛІПШЕННЯ ОБЛІКУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Трудові ресурси – це головний ресурс кожного підприємства, а оплата праці робітників – це ціна трудових ресурсів, діючих у виробничому процесі.

Наведемо декілька пропозицій, які сприятимуть поліпшенню обліку трудових ресурсів на підприємстві.

1. На нашу думку, на підприємстві потрібно запропонувати можливість виплати заробітної плати працівникам пластиковими картками.

Ми вважаємо, що розвиток електронної техніки дає змогу широко використовувати безготівкові розрахунки у формі пластикових карток, що містять зашифровану інформацію, яка дозволяє їх власникам здійснювати платежі та отримувати готівкові кошти.

Таким чином, на наш погляд, більш перспективною формою розрахунків по заробітній платі на підприємстві є форма безготівкових розрахунків пластиковими картками.

2. Наступна наша пропозиція, не менш важлива, ніж перша, – це підготовка та підвищення кваліфікації працюючих підприємства.

Освіта персоналу має свої нюанси, але в результаті підвищення кваліфікації виграють і підприємство, і громадяни. Організація має бути зацікавлена в рості своїх кадрів, в кваліфікованих спеціалістах, працівниках, здібних забезпечити реалізацію завдань її розвитку, адже, якщо головний бухгалтер кваліфікований в своїй сфері спеціаліст, то і облік буде в належному стані, і з податками все буде добре та інше.

Однак при рішенні кадрових питань не слід зупинятися тільки на підвищенні професійної кваліфікації, необхідно зацікавити людей в підвищенні продуктивності праці, стимулювати їх не тільки матеріально, але й застосовувати ефективні форми психологічної мотивації, створити необхідні організаційні, економічні і психологічні умови для об'єднання інтересів працівників з інтересами підприємства.

3. Розглядаючи структуру бухгалтерії, ми з'ясували, що на підприємстві немає аудиторської групи. Але, на нашу думку, наявність аудиторської групи дуже важлива для підприємства. В середині організації за вимогою та з ініціативи її керівництва аудиторами підприємства проводиться і внутрішній аудит.

Внутрішній аудит – це невід'ємна частина загальної системи управління, створюється на середніх і великих підприємствах, виконує контрольні функції, залежно від мети і завдань.

4. Наступна наша пропозиція – удосконалення витрат на оплату праці в управлінському обліку.

Витрати на оплату праці є третьою після матеріальних витрат та інших операційних витрат по значимості складовою частиною операційної діяльності підприємств більшості галузей економіки. Значна частина цих витрат потребує досконалого обліку. Особливо великі завдання стоять перед управлінським обліком таких витрат. На наш погляд, він повинен включати в себе рішення таких питань: вибір оптимальних систем та форм оплати праці; визначення витрат на оплату праці в структурі майбутніх контрактів; облік витрат на оплату праці по калькуляційним статтям та видам діяльності; облік витрат на оплату праці у розрізі матеріально відповідальних осіб із складанням внутрішньої звітності.

Облік витрат праці повинен проходити в два самостійних етапи:

– калькулювання заробітної плати кожного працівника, включаючи утримання із неї, а також виплати та відрахування в пенсійний фонд та інші (облік заробітної плати);

– розподіл витрат на оплату праці по замовленням на рахунки накладних витрат та рахунки виробництва (облік витрат на робочу силу).

Також до зобов'язань працівників управлінської бухгалтерії слід включати вибір оптимальних форм та систем оплати праці. На підприємстві використовується погодинна та відрядна оплата праці із відповідними системами.

Тому ми хочемо запропонувати використання акордної системи праці, при якій визначають сукупний заробіток за виконання певних стадій роботи або виробництва певного обсягу робіт. Специфіка цієї системи у тому, що доручена робота повинна бути виконана за визначені строки, при цьому час, витрачений на її виконання, великої ролі при начисленні заробітної плати не грає. Основним первинним документом по обліку зарплати при акордній системі є акордний наряд. На наш погляд, разом із відповідною формою оплати праці він може знайти більш широке використання на практиці та стати діючим механізмом розвитку економічних відносин на підприємстві.

Література:

1. Голов, Р.С. Економіка і управління на підприємстві / Р.С. Голов, А.П. Агарков, Е.А. Єрохіна. – К.: Дашков і К. – 2013. – 200 с.

2. Мохненко А.С. Особливості реалізації організаційно-економічних змін на вітчизняних підприємствах / А.С. Мохненко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія "Економічні науки". – Чернігів, 2014. – № 3(75). – С. 9-14.

ДОСЕНКО В.А.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Е.В. Мельникова

ФОРМИ ТА ВИДИ ОПЛАТИ ПРАЦІ

На підприємствах застосовують дві форми оплати праці: погодинну і відрядну. Існують різновиди цих форм, які називають системами оплати праці: проста погодинна, погодинно-преміальна, пряма відрядна, відрядно-преміальна, відрядно-прогресивна та акордна. В умовах ринкової економіки набули різновидності форми оплати праці за кінцевий результат – в процентах до одержаного доходу або прибутку.

Система оплати праці – це сукупність правил, які визначають співвідношення між мірою праці й мірою винагороди працівників.

Держава згідно з Законом України “Про оплату праці” здійснює регулювання оплати праці працівників підприємств усіх форм власності встановлення розміру мінімальної заробітної плати, інших державних норм і гарантій, а також шляхом прогресивного оподаткування доходів громадян.

Відрядна бригадна система оплати праці – це оплата, яку визначають шляхом множення розцінки за одиницю роботи на фактично виконаний об’єм послуг робіт бригадою. Пряма відрядна система – це система, при застосуванні якої заробіток нараховується тільки за виконану роботу (виготовлену продукцію). Найбільш простий спосіб розподілу між членами бригади здійснюється пропорційно відпрацьованому часу. Заробіток також може бути розподілений між членами бригади за допомогою методів (наприклад, за допомогою розподілу).

При прямій відрядній системі оплата праці здійснюється за кожну одиницю виготовленої продукції (виконаних робіт, послуг). Відрядно-преміальна система передбачає, що робітникам, крім основного заробітку, нараховуються премії (за виконання норм виробітку, економію матеріалів, якість продукції тощо). Ця система стимулює покращення кількісних і якісних показників роботи, тому широко застосовується на підприємствах. При відрядно-прогресивній системі виконані роботи сплачуються: в межах норми – за твердими розцінками, понад норми – за підвищеними прогресивно-зростаючими розцінками. Ця система має обмежене застосування (на найважливіших ділянках господарської діяльності), оскільки при її застосуванні темпи зростання заробітної плати можуть випереджати темпи росту продуктивності праці, що може привести до перевитрату фонду оплати праці, підвищення собівартості продукції. При акордній системі оплати праці норма і розцінка визначаються на весь комплекс виконуваних робіт (ремонтних, будівельних тощо).

При прямій погодинній системі праця працівників оплачується виходячи тільки з кількості відпрацьованого часу і тарифної ставки (посадового окладу) відповідно до їх кваліфікації. При погодинно-преміальній системі до погодинної ставки (посадового окладу) за досягнення визначених показників працівникам виплачується премія. Економічна доцільність застосування тих або інших форм і систем оплати праці визначається їх стимулюючою роллю в підвищенні ефективності діяльності кожної ділянки і підприємства в цілому.

Порядок нарахування заробітної плати, належної працівникам підприємства, залежить від форм оплати праці, що застосовують на підприємстві, і організації виконання самих робіт (в індивідуальному

порядку чи бригадою). При погодинній оплаті праці основним документом, який служить підставою для нарахування робочого часу (ф. № П-12 і № П-13). У цьому разі для розрахунку погодинного заробітку працівника достатньо знати його розряд, погодинну тарифну ставку даного розряду і кількість відпрацьованих годин за табелем. При розрахунку заробітної плати за посадовим окладом останній зберігається при відпрацюванні всіх робочих днів місяця. Якщо відпрацьована неповна кількість робочих днів, середньоденний заробіток перемножується на кількість відпрацьованих днів.

Оплата праці за понадурочний час здійснюється в подвійному розмірі погодинної ставки (при погодинній оплаті праці); при відрядній оплаті праці нараховується доплата в розмірі 100% тарифної ставки робітника відповідної кваліфікації, оплата праці якого здійснюється за погодинно. формою, - за всі відпрацьовані понадурочні години.

Робота у понадурочний час сплачується при відрядній оплаті праці – в розмірі 100% тарифної ставки працівника-відрядника відповідної категорії, при погодинній – в подвійному розмірі годинної тарифної ставки. Надурочні роботи не повинні перевищувати для кожного працівника 4 години протягом 2 днів підряд і 120 годин на рік. Компенсація понадурочних робіт відгулом не допускається.

Література:

1. Матвеев О.О. *Економіка підприємства* / О.О. Матвеев – К.: Либідь, 2015. – 346 с.
2. Mokhnenko A. *Human capital cost accounting in the company management system* / T.Hilorme, I.Perevozova, L.Shpak, A.Mokhnenko, Y.Korovchuk // *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*. – London, 2019. – № 23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/human-capital-cost-accounting-in-the-company-management-system-8412.html>

ДУТЧЕНКО О.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки,
підприємництва та бізнес-адміністрування
Сумського державного університету

РОЖКОВА М.,

студентка 1 курсу магістратури ННІ БТ «УАБС»
Сумського державного університету

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність є визначальним фактором комерційного успіху в ринковій економіці. Розглядаючи проблему конкурентоспроможності будь-якого об'єкта, необхідно зазначити, що ця категорія має сенс лише за умов досконалої конкуренції. Конкурентоспроможність підприємства можна трактувати як перевагу його продукції перед аналогічною у конкурентів [1].

Для визначення положення підприємства на ринку необхідна оперативна та об'єктивна методика оцінки потенційної конкурентоспроможності підприємства й ефективності використання конкурентоспроможного потенціалу підприємства.

Потенціал підприємства – це здатність підприємства до подальшої його діяльності, що базується на тих ресурсах, які воно має. Цю здатність підприємство реалізує, використовуючи наявні резерви.

Потенціал підприємства складається з таких елементів:

- *виробничо-технологічний потенціал* – можливість підприємства випускати якісну продукцію, що відповідає вимогам ринку, в необхідній кількості при мінімальних затратах, використовуючи наявне устаткування і технології, сучасні форми організації виробництва, праці та управління;

- *трудоий потенціал* – можливість колективу підприємства забезпечувати ефективне функціонування;

- *інформаційний потенціал* – це можливості, якість і корисність інформації, необхідні для реалізації інших системних уявлень;

- *інноваційний потенціал* – це можливість формувати високотехнологічні виробництва, спроможні виробляти наукоємну продукцію з високою доданою вартістю;

- *фінансовий потенціал* – це обсяг власних фінансових ресурсів підприємства, основними джерелами формування яких є прибуток та амортизаційні відрахування.

Розрізняють чотири основні рівні конкурентоспроможності потенціалу підприємства:

Рівень 1. Для потенціалу цього рівня характерна внутрішньо нейтральна організація управління. Керівництво дбає лише про реалізацію виробничого потенціалу, орієнтованого на завантаження виробничих потужностей, незважаючи на проблеми задоволення потреб споживачів.

Рівень 2. Підприємства з потенціалом другого рівня конкурентоспроможності прагнуть зробити свої виробничі системи «зовнішньо нейтральними». Це означає, що використання наявного потенціалу підприємства забезпечує випуск продукції, яка повністю відповідає стандартам, що встановлені його основними конкурентами.

Рівень 3. Система управління на цих підприємствах починає активно впливати на виробничі системи, сприяє їх розвитку та вдосконаленню.

Рівень 4. Потенціал підприємства досягає четвертого рівня конкурентоспроможності й істотно випереджає потенціал конкурентів за умов, що успіх у конкурентній боротьбі стає не стільки функцією виробництва, скільки функцією управління і залежить від якості, ефективності управління, організації виробництва.

Виходячи з вищенаведеного, в умовах ринкової економіки є нагальна необхідність в управлінні процесом формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства. У науковій літературі пропонується така класифікація резервів підвищення конкурентоспроможного потенціалу підприємства [2]:

1) Резерви використання ринкової ситуації: використання податкових пільг; державних дотацій, субсидій, кредитів, інвестицій; правильного вибору цільового ринку та його сегмента.

2) Резерви використання організаційного потенціалу: підвищення ефективності реклами; резерви сертифікації; резерви з поствиробничого обслуговування.

3) Резерви використання виробничо-технологічного потенціалу підприємства: використання основних фондів; вдосконалення технології виробництва; вдосконалення матеріально-технічного забезпечення.

4) Резерви використання стратегічного потенціалу: маркетингового потенціалу підприємства; підвищення конкурентного середовища підприємства; впровадження стратегічного управління на підприємстві у довгостроковому періоді.

Враховуючи велику кількість факторів, що впливають на конкурентоспроможність потенціалу, та нестабільність зовнішнього середовища, існує необхідність у розробленні механізму формування конкурентоспроможного потенціалу.

Література:

1. Підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах євроінтеграції: монографія / Л.В. Кривенко, С.В. Мішенін, О.М. Дутченко та ін. / за заг. ред. д-р. екон. наук Л.В. Кривенко – Суми : видавничо-виробниче підприємство «Мрія», 2015. – 220 с.

2. Циганок О.О. Потенціал підприємства та резерви підвищення конкурентоспроможності / О.О. Циганок // Науково-виробничий журнал: Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – Запоріжжя: ДВНЗ КПУ, 2009, – № 4. – [Електронний ресурс] – режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2009_4/files/EC409_43.pdf. – Загол. з екрану.

ЄРШОВА О.О.,

аспірантка Харківського національного технічного
університету сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ю.П. Вітковський

КООПЕРАЦІЯ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ УКРАЇНИ ТА США)

На сьогодні Україна володіє найбільш родючими чорноземами у світі та має потужний аграрний потенціал. Ми зайняли третє місце серед головних постачальників агропродовольчої продукції в Європейський Союз [1]. Проте позиції вітчизняних сільгоспвиробників на внутрішніх та зовнішніх ринках не є стабільними, оскільки мають місце низькі темпи техніко-технологічного оновлення сільськогосподарського виробництва, застаріле або недосконале законодавство в аграрному секторі, неадаптованість до вимог європейської спільноти з приводу якості та безпечності харчових продуктів, превалювання експорту сировини над експортом готової продукції, а також обмеженість доступу

дрібних та середніх товаровиробників агропродукції до фінансових ресурсів. Отже, сільське господарство (с/г) потребує якісних рушійних змін, вектором яких може і повинна стати саме *ідея кооперації*, яка за кордоном вже давно ефективно втілена в життя за рахунок створення впливових суб'єктів аграрних відносин – кооперативів.

Кооператив є юридичною особою, що утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування [2]. Якщо говорити про с/г кооператив, то за своєю суттю він являється відкритим добровільним демократичним об'єднанням індивідуальних с/г виробників заради спільної організації самого виробництва, заготівлі, переробки чи збуту продукції з метою чи без мети отримання прибутку.

Створення і функціонування аграрних кооперативів дає змогу:

- забезпечити вихід невеликих с/г господарств на організований та ефективний ринок реалізації вирощеної ними продукції, відтак покращує добробут селян;
- конкурувати з великими підприємствами, особливо в ціновій політиці;
- отримати захист від монопольних лідируючих структур [3, с. 1];
- спільно вирішувати виробничі й соціально-побутові проблеми, питання соціальної захищеності сільських жителів (в першу чергу членів кооперативу);
- розвивати сільську інфраструктуру та сільські громади [4, С. 4-5];
- створювати заможний «середній» прошарок населення;
- налагодити ефективну постачальницько-збутову інфраструктуру в аграрному секторі економіки та інші переваги.

Станом на початок 2019 року за даними Мінагрополітики в Україні зареєстровано 1286 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів(СОК) [5]. Їх число з кожним роком збільшується, проте темпи росту значно повільні, оскільки є чимало невирішених проблем, що гальмують їх розвиток. Серед них: недосконалість чинного законодавства: неоднозначне трактування статусу неприбутковості для СОК з точки зору податкової інспекції через розбіжність у нормах Податкового кодексу України та нормах законів «Про сільськогосподарську кооперацію», розпорошеність та неузгодженість нормативно-правових актів; неналежна державна підтримка: відсутність потужних системних програм розвитку кооперації з виділенням достатнього фінансового супроводу; недостатне або відсутнє інформаційно-організаційне та технічне забезпечення сільського населення з приводу впровадження кооперативної ідеї, її популяризації; переважно функціональний підхід в управлінні кооперативами; нерозуміння, а відтак відсутність чітко прописаних бізнес-процесів в кооперативі; відсутність фахівців кооперативного спрямування, низький рівень освітньої підтримки і підготовки подібних спеціалістів та інші.

Для прикладу, однією з успішних країн, де ідея кооперації ефективно втілена в життя є наш торговий партнер США.

Успіх та діяльність с/г кооперативів США базується на: послідовному та невинному дотриманні кооперативних принципів (добровільне та відкрите членство; демократичний контроль членів; економічна участь членів; самостійність і незалежність; освіта, навчання та інформація; співпраця між кооперативами; турбота про громаду [6]), оптимальному виборі необхідного типу с/г кооперативу (постачальницькі, маркетингові, обслуговуючі [7]), підпорядкуванні правовому полю, в якому вони функціонують (базисом є the Capper Volstead Act (1922), the Internal Revenue Code (Subchapter T), The Cooperative Marketing Act (1926) [8]), а також адекватній моделі утворення, фінансування та управління ними (учасники кооперативу і є його власниками-інвесторами, демократичний контроль за управлінням всіма членами кооперативу, економічні вигоди надаються та розподіляються його користувачам на основі їх участі у справах кооперативу [7]).

На сьогодні у США функціонує 29 000 кооперативів в кожному секторі економіки США. Серед них більше 3000 кооперативів – сільськогосподарські з 2,8 млн. членів кооперативів та чистим обсягом бізнесу понад 96 мільярдів доларів [7, 9]; молочні кооперативи покривають більше 80% молочного виробництва США; сільськогосподарські кооперативи забезпечили робочими місцями понад 190 тисяч найманих працівників [10]. Серед успішних с/г кооперативів такі як CHS Inc., Dairy Farmers of America, Land O'Lakes Inc., GROWMARK Inc., Ag Processing Inc., California Dairies Inc., Ocean Spray Cranberries Inc., Blue Diamond Growers та інші.

Підводячи підсумки, вважаємо, що позитивний досвід функціонування та управління кооперативами в США може бути адаптований до українських кооперативних організацій. Проте перш ніж впроваджувати позитивні аспекти управління кооперативами США в Україні, нам необхідно

вирішити ряд питань не лише загального макроекономічного характеру (законодавчі зміни, державна політика та підтримка в сфері кооперації), а й сформувавши адекватне управління кооперативами на рівні самого кооперативу (мікрорівень) з обов'язковим переходом до процесного менеджменту.

Література:

1. Україна заняла третье место в списке главных поставщиков агропродовольствия в ЕС [Електронний ресурс], 2019. – Режим доступу: <http://www.ukragroconsult.com/news/ukraina-zanyala-tret-e-mesto-v-spiske-glavnih-postavschikov-agroprodovol-stviya-v-es>.
2. Про кооперацію : Закон України від 10.07.03 р. № 1087-IV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-15>.
3. Музу Н.Ю. Современные актуальные проблемы и тенденции развития сельскохозяйственной кооперации [Электронный ресурс] / Н. Ю. Музу // Новые технологии – № 2. – 2011. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennye-aktualnye-problemy-i-tendentsii-razvitiya-selskohozyayst-vennoy-kooperatsii>.
4. Гриценко М.П. Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи: створення і діяльність / За заг. ред. М. П. Гриценко. – К. : Київська обласна аграрна дорадча служба, 2005. – 68с.
5. Міністерство аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]: офіційний портал. – Режим доступу: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/fermerstvo-ta-kooperaciya/krashchi-praktiki-diyalnosti-malih-subyektiv-gospodaryuvannya>.
6. Co-operative Identity, Principles and Values. (n.d.). [aciamericas.coop](http://www.aciamericas.coop). Retrieved from: <http://www.aciamericas.coop/Co-operative-Identity-Principles-and-Values>.
7. Tortia, E. & Valentinov, V. & Iliopoulos, C. (2013). What is a Cooperative? Agricultural Cooperatives. *Journal of Entrepreneurial and Organizational Diversity*. Retrieved from: http://sfp.ucdavis.edu/cooperatives/what_is/.
8. Mercier, S. (2017). Agricultural Cooperatives Around the World. [agweb.com](https://www.agweb.com). Retrieved from: <https://www.agweb.com/blog/straight-from-dc-agricultural-perspectives/gricultural-cooperatives-around-the-world>.
9. Facts about Cooperatives. (n.d.). [iwdc.coop](http://www.iwdc.coop). Retrieved from: <https://www.iwdc.coop/why-a-coop/facts-about-cooperatives-1>.
10. Agricultural Co-ops Overview. (n.d.). cooperativesforabetterworld.coop. Retrieved from: <https://cooperativesforabetterworld.coop/learn-about-co-ops/types-of-cooperative-businesses/agricultural-co-ops/>.

ЖАЛДАК Г.П.,

к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний університет імені Ігоря Сікорського»

ШУЛЬГИНА Л.М.,

д.е.н., професор, професор кафедри маркетингу
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний університет імені Ігоря Сікорського»

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ УСПІШНИХ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ЄС НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Промислові підприємства України мають значний потенціал для подальшого розвитку. Особливо це стосується збільшення експорту до країн ЄС. Одним із важливих інструментів, що сприяє успішному впровадженню різних типів європейських бізнес-моделей, які б зумовлювали «відродження» економіки, є гармонізація стандартів. За даними досліджень Світового Банку, впровадження стандартів – другий після накопичення капіталу фактор зростання економіки [1]. Так, отримання сертифікатів міжнародного зразка надає можливість вітчизняним підприємствам покращити свій імідж на закордонних ринках, збільшити обсяги експорту, активізувати інвестиційну діяльність. У ЄС стандартизація – це один із важливих елементів управління економікою, що взаємопов'язаний з підвищенням якості та ефективності виробленої продукції; незамінна складова роботи на ринку.

Поряд із цим, промисловість України переживає свою нову трансформацію, і від того, наскільки глибоко будуть відбуватися зміни, залежить становлення нової економіки нашої країни та формування нових бізнес-моделей промислових підприємств. Поступово починають посилюватися вимоги та відповідність стандартам всієї системи промислового ланцюга. Поряд із впровадженням інновацій у технологічний розвиток підприємств, та залученням інвестицій у промисловість, важливо забезпечити

належний рівень екологічності та безпеки виробництв, а також захист прав споживачів. Тому потрібно поряд із цим забезпечити формування належної бізнес-моделі, яка б надала можливість швидко та якісно реалізувати усі вимоги ринку ЄС. Як засвідчує досвід, під час впровадження європейських бізнес-моделей на вітчизняних підприємствах, виявлено низький рівень стандартизації відповідно до європейських вимог, що породжує:

- неналежні норми виробничої санітарії і гігієни;
- недостатній рівень технологічної дисципліни;
- відмінності у деяких аспектах технічного регулювання (норми, регламенти);
- недостатню обізнаність персоналу щодо систем правил стандартизації, брак практичного досвіду їх використання;
- низький рівень екологічності виробництва [1].

Зокрема, за даними, майже 40 % випадків причини випуску неякісної або потенційно небезпечної продукції у харчовій промисловості криються у недбалості або нестачі знань фахівців і робочого персоналу, до 36 % випадків – через недотримання необхідних технологічних параметрів процесу, відсутність регламенту виробництва і достатнього технічного оснащення. Нормування допустимих доз та залишкових кількостей і рівнів вмісту різних шкідливих речовин у продуктах (зокрема харчових) в Україні відрізняється від норм ЄС. У структурі більшості державних випробувальних лабораторій бракує сучасного устаткування, вони не відповідають міжнародним стандартам, тому сертифікація на національному рівні є або дуже дорогою, або взагалі неможливою [1].

Варто відзначити, що капітальне оновлення устаткування чи впровадження нової технології є прерогативою великих підприємств. А такі підприємства, вже мають частину європейського ринку, значний обсяг виробництва та належний рівень інвестування. Тому варто звернути увагу саме на середні та малі підприємства, які, до речі, також у достатній кількості представлені на ринку України та, на жаль, позбавлені можливості технологічної модернізації. Більшість з таких підприємств не мають доступу на міжнародні ринки, саме через недостатній рівень використання новітніх технологій та дотримання відповідних стандартів, хоча і володіють значним потенціалом для зміцнення ринкових позицій. Врахування під час вибору бізнес-моделі тієї обставини, що стандарти мають бути відповідними та гармонізованими, надає підприємству додаткові переваги при виході на нові ринки та завоюванні нових клієнтів. Адже європейські партнери виходять з того, що відповідність європейським стандартам щодо якості, безпечності та екологічності імпортованої на їхній ринок продукції впливає на рівень продовольчої безпеки держав ЄС та є індикатором соціальної стабільності.

Висновки. Промисловість як детермінанта економічного відродження України є непересічною з огляду на її тісний зв'язок з нарощенням виробництва, значний обсяг прямих іноземних інвестицій, а також унікальні можливості не лише для великого, а й для середнього та малого бізнесу. Поряд із цим, варто спрямувати зусилля науковців і практиків на побудову таких типів бізнес-моделей, які, враховуючи гармонізацією стандартів, передбачатимуть створення ланцюга доданої вартості в нашій країні саме з урахуванням кінцевого виробництва чи поглибленої переробки. Ці види бізнес-моделей будуть сприяти «відродженню» економіки, оскільки передбачають створення нових робочих місць, експортування за кордон вже готової продукції, зростання експортних валютних надходжень та забезпечення загальноєкономічного добробуту.

Література:

1. Шульгіна Л. М. Впровадження міжнародних харчових стандартів в Україні / Л. М. Шульгіна, Г. П. Жалдак // *ModernEconomics*. - 2019. - № 14. - С. 301-310. - DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-47](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-47).

Зозуля Є.С.,

студентка4 курсу економіко – правового факультету
Одеського національного університету імені І. Мечникова

Науковий керівник: викладач Ю. А. Максимова

СОВРЕМЕННЫЕ БИЗНЕС МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

На сегодняшний день, современный рынок оказывает значительное влияние на деятельность организаций и выдвигает им определенные требования по ведению бизнеса. Для того чтобы остаться на плаву, современные организации должны подстраиваться под изменения внешней среды,

осуществляют инновационную деятельность в различных сферах и грамотно оценивать результаты своей деятельности, для построения грамотной стратегии, которая в будущем приведет к повышению прибыльности и к выходу организации на новые рынки [1, с. 402].

Основными факторами достижения успеха в бизнесе являются: его способность гибко реагировать на изменение внешней среды, а так же правильная формировка бизнес – модели (БМ) организации, которая является отличной от моделей других организаций и обеспечивает устойчивую прибыльность и рентабельность деятельности предприятия в долгосрочном периоде.

В наше время существует множество способов оценки потенциала предприятия с помощью различных БМ, которые описывают то, как организация создает и поставляет клиентам потребительскую ценность в результате чего получает экономическую, социальную и другие виды выгод. Чаще всего рассматривают модели, основанные на имущественном подходе, доходном подходе по факторам влияния, строятся аналитические или графоаналитические модели. Главным образом, указанные модели отображают потенциал бизнеса в целом, отдельного предприятия или особенности отрасли, к которой относится объект анализа и оценки [2].

Потенциал предприятия, в общем смысле, представляет собой совокупность стратегических ресурсов находящихся в распоряжении предприятия, которые имеют значение для возможности и границ функционирования этого предприятия при определенных условиях.

Для упрощения процедуры оценки используются различные шаблоны БМ, например: шаблон бизнес – модели «Canvas» - Александра Остервальдера, Модель «Подрывных инноваций» — теория Клейтона Кристенсена, Бизнес-модели для электронных рынков Пола Тиммерса и др.

Бизнес модель любой организации описывается с помощью 9-ти блоков: сегменты потребителей, ценностные предложения для каждого сегмента, каналы продаж, отношения с клиентами, получаемые доходы, ключевые ресурсы, виды деятельности, ключевые партнеры, структура затрат [3, с. 16].

Именно для такого структурированного представления Бизнес модели организации и был создан Шаблон БМ / Canvas.

Шаблон БМ «Canvas» был разработан Александром Остервальдером (Alexander Osterwalder) и опубликован в книге «Business Model Generation» в 2009 г., продюсером которой является Патрик ван дер Пиль (Patrick Van Der Pijl), основатель и генеральный директор компании Business Model Inc [3, с. 12].

Суть шаблона заключается в визуализации представления бизнеса с отражением взаимосвязей наиболее важных структурных элементов, которые определяют уникальность и успех предприятия на рынке. Данный шаблон целесообразно применять при разработке и пересмотре конкурентной стратегии предприятия для существующего рынка, а также для поиска новых возможностей при выходе на новый рынок [3, с. 9].

С помощью Canvas реализуется:

- анализ бизнес – модели при изменении факторов внешней среды;
- усовершенствование существующей бизнес–модели, с применением различных техник инноваций;
- разработка новых бизнес-моделей, а также для выхода компаний на новые рынки;
- внедрение нового стратегического направления развития;
- оценка эффективности бизнес-модели;
- поддержка принятия решений для выбора наилучшего варианта и разработки стратегии предприятия

В результате оценки БМ с помощью шаблона возникает понимание структуры управленческой команды и существующей бизнес – модели, а также осознание сильных и слабых сторон, конкурентных преимуществ и стратегического потенциала предприятия, с точки зрения прибыльности и рентабельности бизнеса в долгосрочном периоде [3, с. 270].

Литература:

1. Петрова П.Е., Семенева Э. Н. Основные принципы и задачи инновационной деятельности организаций в современных условиях. Новое слово в науке: перспективы развития : материалы IV Междунар. науч.–практ. конф. 29 мая 2015 г. Чебоксары : ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – С. 402-404.

2. Прикладные аспекты оценки потенциала предприятия. Студенческая библиотека онлайн: веб – сайт. URL : https://studbooks.net/14795/ekonomika/otsenka_potentsiala_razvitiya (дата звернення: 10.10.2019).

3. Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. Business Model Generation. 2010., P.288

ІВАХНЕНКО О.М.,
аспірант кафедри маркетингу
Сумського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент **О.Ю. Чигрин**

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Продуктивність праці виступає основним індикатором ефективності діяльності підприємств, відображаючи зв'язок між обсягом виробництва та відповідними затратами праці. Вона є основою зниження собівартості продукції, має важливе економічне значення, оскільки за цих умов забезпечується збільшення обсягів продукції та її здешевлення [1].

За даними Державної служби статистики рівень продуктивності праці в сільському господарстві має тенденцію до зростання (рис.1). Даний показник за останні шість років збільшився у сільськогосподарському виробництві в 1,56 рази (на 112,41 тис. грн). При цьому продуктивність праці в рослинництві збільшилася в 1,51 рази (на 103,09 тис. грн.), а в тваринництві – в 1,76 раз (на 150,71 тис. грн.).

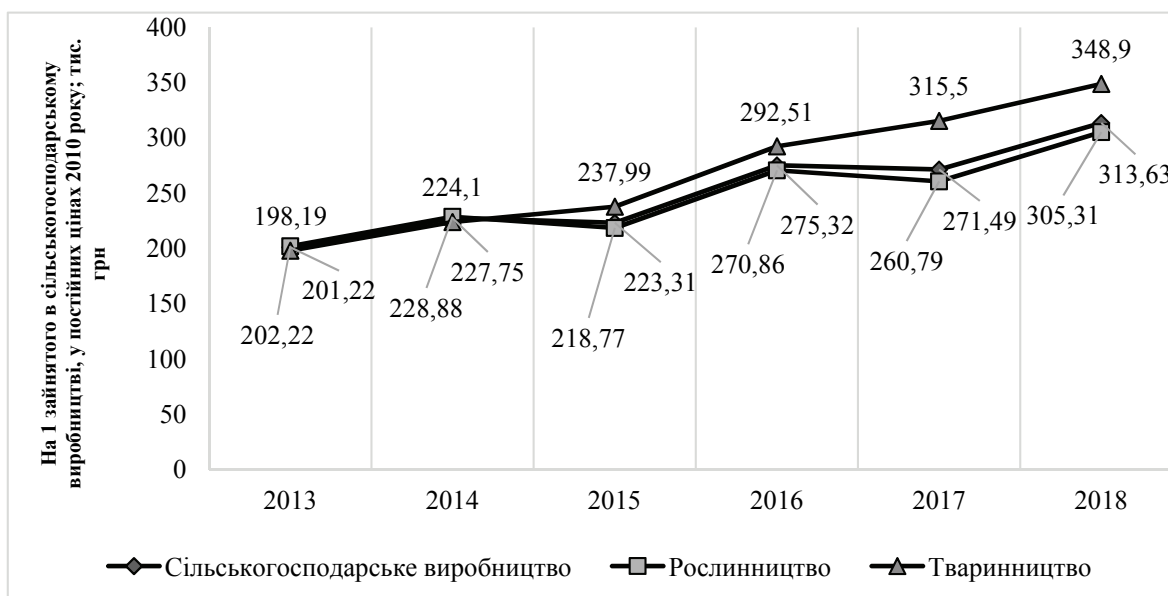


Рис. 2 – Продуктивність праці в сільськогосподарських підприємствах*

* - побудовано автором за даними Державної служби статистики України [2]

Існуюча позитивна динаміка рівня продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах України свідчить про те, що на процес виробництва впливає ряд позитивних чинників, які сприяють підвищенню конкурентоспроможності підприємств. Незважаючи на це, зростання має нижчі темпи в порівнянні з іншими зарубіжними країнами.

Законом зростання продуктивності праці визначено п'ять груп чинників, які впливають на продуктивність праці, а саме: 1) матеріально-технічні; 2) організаційно-економічні й управлінські; 3) природні; 4) суспільно-економічні і 5) соціально-психологічні (умови праці і відпочинку). Підвищення рівня продуктивності праці проходить під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, які обумовлюють ефективність та інтенсивність цього процесу.

Відзначимо, що на практиці, низький рівень продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах обумовлюють зношене та застаріле обладнання виробництва та техніка, відсутність фінансових можливостей для їх оновлення, високі ціни на паливно-мастильні матеріали та енергоносії, використання застарілих технологій обробітку ґрунту та вирощування сільськогосподарських культур, недостатні заходи по підвищенню родючості ґрунтів, застосування органічних та мінеральних добрив, неефективна організація праці та низька її оплата, «текучість» кадрів, висока конкуренція на ринку, недостатня або низька кількість висококваліфікованих кадрів тощо.

Вищевказані причини низької продуктивності праці в сільському господарстві потребують вжиття низки заходів, які дадуть змогу зменшити чи взагалі уникнути їх в процесі управління.

Такими заходами стратегічного управління в сільському господарстві можуть та повинні бути:

- удосконалення (або зміна) технології виробництва;
- впровадження інновацій;
- впровадження енергозберігаючих технологій;
- підвищення якості виробленої продукції;
- оновлення матеріально-технічної бази;
- поліпшення умов праці та підвищення соціальних стандартів;
- підвищення частки кваліфікованих працівників;
- використання сучасних систем матеріального стимулювання працівників;
- впровадження нематеріальної мотивації працівників (соціальні гарантії, сприяння розвитку здібностей, проведення стажувань, тощо);
- розроблення ефективних заходів з організації праці на підприємстві;
- розроблення плану використання резервів підвищення праці (з конкретними термінами виконання та заходами їх реалізації) тощо;

Таким чином, розглянута динаміка рівня продуктивності праці в сільському господарстві та причини її низького рівня свідчать про значні резерви її підвищення. Саме тому, впровадження запропонованих шляхів на практиці, дасть змогу знайти резерви підвищення продуктивності праці в сільськогосподарських підприємствах.

Література:

1. Васильєва О.О. Стан продуктивності праці у сільському господарстві України // *Економічні інновації*. – 2013, випуск 54. – с. 26-33.

2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт.[Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

ILYENKO A.V.,

Senior lecturer,

Personnel Management and Labour Economics Department,
Higher School of Economics, Kyiv National Economic University named after Vadym Getman“

MAJOR CHANGES IN SOCIAL AND LABOR RELATIONS IN UKRAINE IN THE DIGITAL ECONOMY

Scientific and technological progress in the digital economy is affecting social and labor relations, exacerbating the volatility of market systems in countries with weak economies. In order to save money on taxes and labor, business owners support and develop innovative forms of employment, such as outsourcing, outstaffing, staff leasing, telework, domestic labor, and more. As a result, ownership relations with manufacturing assets are transformed: the percentage of leasing of manufacturing assets or their free rental to labor / consulting agencies is increasing at the time of providing labor services, especially in the IT field. Researches in the sphere of changes in the labor market in the digital economy have been done by such Ukrainian scientists as Gerasimenko O.O., Kolot A.M.[3], Poplavskaya O.M., Poplavskaya O.N.[1,2] ect.

In the context of such changes, the Ukrainian labor market is transformed by an increase in the number of entrepreneurs and temporary workers under civil contracts.

Changes in social-labor relations form new features of the labor market in Ukraine:

- high differentiation in salary levels for the IT labor market and the workforce / stakeholders who serve it, i.e. those professions that create digital innovation. This high-income labor market has the following characteristics: the workforce creates digital innovative products / services in the digital economy; labor, usually private entrepreneurs, sells their copyrighted product to them, except for technology owners at product IT companies; workforce has innovative competencies and often changes business partners (participation in various projects during the provision of civil services within the consulting company \ business aggregator \ recruiting agency \ product company; frequent change of consulting companies \ business aggregators \ recruiting agencies \ product companies \ startups); the workforce is dominated by youth; workforce \ owners

of labor tools require high quality of working life (accounting for individual entrepreneurs, food, training, the well-being in the workplace, employment opportunities / remote work, free gadgets / equipment, etc.);

- formation of a primary market for highly qualified highly paid professionals in the market related to the provision of training, psychology, medicine, etc, where it is impossible to replace a person with digital technologies. It is a market for labor services in other types of economic, where they provide quality and rare services (project services, advertising, product promotion, coaching, business-training activity, psychology, beauty industry, medicine, etc.);

- formation of the primary market for highly qualified highly paid specialists in the market in the Ukrainian export industries related to the knowledge of digital technologies (aviation, space building, military-industrial complex, pharmaceutical industry, agro-industrial complex, production of media content, etc). It is a labor market, where quality and rare services are provided, as a rule, in traditionally strong sectors of the Ukrainian economy;

- formation of a secondary labor market with medium and low wages for young people, usually in civil-law relationships. Young people, in order to gain experience, agree to work on civil-law relations, low-paid internships or work in the informal sector of the economy in order to gain work experience or to earn working income. It is a conscious policy of many domestic and international companies;

- formation of secondary labor market with medium and low wages in other types of economic activity for persons of middle, pre-retirement and retirement age. It is the provision of services by professions and fields of activity that: a) are widespread; b) serve markets for the middle class or the poor, etc; c) may have poor working conditions; d) have a high and medium supply of services in the market (restaurant business, in particular waiters; construction; trade, including sales assistants, promoters, etc.);

- ageism in recruitment. Especially, it applies to people from 40 to 45 years old, and for the spheres of beauty sector, sales, IT, usually it is from 25 to 30 years. On the one hand, middle-aged and pre-retirement people are considered to be poor at adopting new technologies and poorly-educated (ie not adapted to the digital economy); and retirement / retirement age). Although Ukraine's labor market has an aging population, ageism is spreading (despite the ban in the legislation);

- shortage of workers, including those who possess digital technologies (locksmiths for numerically controlled machine tools). The impact of globalization, low wages has led to the labor migration of electricians, plumbers, locksmiths of various specializations, nurses, construction workers, cashiers of supermarkets, seamstresses, cutters, etc. to EU countries, the Russian Federation, UAE, etc. These professions are highly paid and sought after abroad.

Literature:

1. Поплавська, О. М., Поплавская, О. Н. (2018). *Цифрова економіка: виклики для ринку праці України*. Retrieved from: http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/25342/P_87-89.pdf?sequence=1 [in Ukrainian]. - - Date of access: 26.08. 19. - Title from the screen.

2. Chala N., Poplavska O. *The 4th Industrial Revolution and Innovative Labor: Trends, Challenges, Forecasts*. // *Интеллектуализация и гуманизация труда : монография*. – Польша, Зеленогурский университет, 2017. – с.141-154.

3. Колот А. М., Герасименко О. О. *Концепт гідної праці як теоретико-прикладна платформа розвитку соціально-трудової сфери* // *Проблеми економіки та політичної економії*. – 2017. – № 2. – С. 7-55.

КАРИМОВ Г.І.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту організацій і адміністрування
Дніпровського державного технічного університету, Кам'янське

ІВАНЕЦЬ О.В.,

студент 2 курсу магістратури факультету менеджменту,
економіки, соціології та філології Дніпровського державного
технічного університету, Кам'янське

ОЦІНКА ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В даний час велика частка робочої сили зосереджена в сфері виробництва. Успіх і дохід від такого роду діяльності в великій мірі залежать від людей, які працюють в тій чи іншій компанії цієї галузі. Часом за рахунок людського капіталу вартість підприємства може зростати в рази. Тому оцінка людського капіталу є важливим елементом у вартісній оцінці всього бізнесу.

В рамках досліджуваного підприємства, вартість людського капіталу можна оцінити за наступними категоріями показників, запропонованих в [1]:

- демографічні показники: число співробітників; середній термін роботи в компанії; середній вік співробітників; частка співробітників, залучених на умовах повної зайнятості і т. д. ;
- показники компетенції: число співробітників з вищою освітою; середній термін роботи в компанії; трудовий стаж в конкретній професійній області;
- показники відносин: середній рівень задоволення професійними обов'язками; кількість впроваджених пропозицій співробітників; поведінкові і мотиваційні показники і т. д. ;
- показники практики управління людськими ресурсами: витрати на навчання в розрахунку на одного співробітника; плинність кадрів; середній час навчання; показники діяльності по набору співробітників і т. д. ;
- показники корпоративної культури: філософія менеджменту; число внутрішніх конфліктів і скарг; якісні методи оцінки задоволеності співробітників; внесок; цінності; поведінка; мотивація; обов'язковість і т.д.

Загальна чисельність персоналу підприємства в 2018 році налічувала 670 осіб, річний фонд заробітної плати склав 125 280 000 грн., загальна сума інвестицій в людський капітал за три місяці 2019 року склала 287 400,0 грн.[2] За даними звітності розраховано складові величини гудвілу людського капіталу підприємства які наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Складові величини гудвілу людського капіталу підприємства

Назва	Позначення	Значення
індекс прибутку людського капіталу	$I_{пр}$	2,17
індекс вартості людського капіталу	I_v	1,156
коефіцієнт професійної перспективності	$K_{пп}$	3,638
	Разом	6,964

Величина гудвілу людського капіталу представлена в якості суми коефіцієнтів [3], що враховують прибуток підприємства, загальні витрати на персонал і професійний рівень співробітників компанії склала $G_{лк} = 6,964$.

Враховуючи річний фонд заробітної плати та загальну суму інвестицій в людський капітал за три місяці 2019 року вартість людського капіталу підприємства складає:

$$B = 125\,280\,000 * 6,964 + 287\,400 = 872\,737\,320 \text{ грн.}$$

Дана сума відображає реальну справедливую вартість людського потенціалу підприємства, з огляду на досить широке коло показників: величину заробітної плати, гудвіл людського капіталу, інвестиції на навчання, перепідготовку та підвищення кваліфікації, стаж, досвід і вік співробітників. [4] Все це дозволяє більш точно оцінити потенціал людського капіталу промислового підприємства.

Література:

1. Marr B. *Intellectual capital and knowledge management effectiveness* / B. Marr , O. Gupta, S. Pike, G. Roos // *Management Decision*. – 2003. – Vol. 41. – Issue 8. – P. 771-781.
2. Офіційний веб-сайт. МП «Днепродзержинський сталелитейний завод» дочернее предприятие ПАО «Днепровагонмаш»[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dlz.com.ua>
3. Мельничук Д.П. *Людський капітал: пріоритети модернізації суспільства у контексті поліпшення якості життя населення: монографія* / Д.П. Мельничук. – Житомир: Полісся, 2015. – 564 с.
4. Дерун І.А. *Проблеми оцінювання інтелектуального капіталу та його відображення у фінансовій звітності* / І.А. Дерун // *Актуальні проблеми економіки*. -2013. - №6(144).- С. 103-113

КОВАЛЬОВ В.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва
Херсонського державного університету

КОВАЛЬОВА К.І.,

к.п.н., доцент, доцент кафедри соціально-економічної географії
Херсонського державного університету

ЕКОНОМІЧНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Економічними результатами діяльності господарюючих суб'єктів є обсяг вироблених та реалізованих товарів та послуг, прибуток, валовий дохід, вартість майнового комплексу та інше. На результати економічної діяльності господарюючого суб'єкта впливає рівень ліквідності та платоспроможності, беззбитковості та, як наслідок, фінансової стійкості.

Результати діяльності суб'єкта господарювання характеризують різні сторони його функціонування: [5, 7]: фінансові результати; результати, які характеризують виробництво; результати, які характеризують якість виробленої продукції, виконаних робіт та наданих послуг; результати, які характеризують використання основних засобів; результати виробничого часу та терміни виконання замовлень; соціальні результати; ринкові результати.

Існують наступні підходи для визначення результатів діяльності суб'єктів господарювання: фінансово-економічні результати як оцінка діяльності підприємства; результат діяльності підприємства розглядається як ефект; ефективність (результативність) діяльності [4].

Метою діяльності більшості суб'єктів господарювання є збільшення вкладеного капіталу. Таке збільшення може здійснюватися наступним чином: по – перше, за рахунок прибутку; по – друге, шляхом збільшення вартості власного капіталу.

У зв'язку з цим, економічним результатом діяльності господарюючих суб'єктів є величина отриманого прибутку (збитку) за звітний період або збільшення (зменшення) вартості власного капіталу.

Економічні результати діяльності господарюючих суб'єктів характеризуються розподілом і використанням прибутку. До основних напрямів розподілу прибутку відносяться податки, купонні (процентні) виплати за борговими цінними паперами, дивіденди, відрахування до фондів підприємства та ін.

Виходячи з сутності економічних результатів діяльності господарюючих суб'єктів, можливо виділити основні їх види: дохід (валовий дохід) – всі види надходжень коштів, що призводить до збільшення активів чи зменшення зобов'язання у результаті здійснення діяльності за певний проміжок часу [1, с. 31]; продукція (товари та послуги) – є результатом господарської діяльності підприємства та праці, представлений у матеріально-речовій формі, у духовній, інформаційній формі (інтелектуальний продукт) або у вигляді виконаних робіт і послуг [3, с. 567]; прибуток – поточний відтворювальний результат підприємства, що характеризує економічну ефективність його діяльності [6, с. 39]; приріст власного капіталу є абсолютною величиною, що відображає поточний накопичувальний результат, так як позитивний його приріст додається до базового значення власного капіталу [6, с. 38]; приріст ринкової вартості суб'єкта господарювання – це підсумковий накопичувальний результат, тому що його приріст додається до ринкової вартості господарюючого суб'єкта [1, с. 38].

До основних чинників, що впливають на економічні результати діяльності суб'єкта господарювання відносять [2]:

I. Загальноекономічні чинники: коливання ділового циклу; стабільність політики уряду; рівень інфляції; стійкість національної валюти; податкова політика; соціально-економічна ситуація в країні; рівень державного регулювання.

II. Галузеві фактори: діловий цикл, характерний для галузі; перспективи розвитку галузі; структура галузі, рівень конкуренції; рівень витрат; трудові відносини; тривалість виробничого циклу; організація бухгалтерського обліку.

III. Внутрішні фактори суб'єкта господарювання: очікуваний прибуток, дивіденди; якість управління; структура капіталу; номенклатура продукції; диверсифікація постачальників та споживачів продукції; територіальні особливості розміщення; організаційна структура.

Економічні результати діяльності підприємства пов'язані з ефективністю використання економічних методів управління, дія яких заснована на вживанні економічних важелів. Оцінити вплив економічних важелів на результати діяльності господарюючих суб'єктів складно, оскільки вони суперечливі в своїй основі. Особливо це стосується таких економічних важелів, як пільги, компенсації, санкції, дотації, обов'язкові платежі до позабюджетних фондів, податки. Зазначенні економічні важелі повинні створити зацікавленість у розвитку виробництва.

Література:

1. Андрійчук В. Г. *Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз: [монографія]* / В. Г. Андрійчук. – К.: КНЕУ, 2005. – 292 с.
2. Власова Н.О., Мелушова І. Ю. *Формування фінансових результатів як складова процесу управління підприємством* // *Економіка підприємства [Електронний ресурс]*. - Режим доступу: <http://institutions.com/general/954-ekonomicheskij-analiz-effektivnosti-promyshlennogo-predpriyatiya.html>
3. Іванілов О.С. *Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.]* / О.С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 728 с.
4. Козак В.Є., Христинич Г.О. *Економічні результати як елементи оцінки діяльності підприємства* [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2009_6_2/007-011.pdf.
5. Тавер Е.И. *Результаты деятельности и факторы, от которых они зависят, как основа для построения единой системы менеджмента организации* // *Менеджмент качества из первых рук – ISO 9000, ISO 9001.* [Электронный ресурс] - Режим доступу: http://quality.eur.ru/MATERIALY15/Results_and_factors.htm
6. Турило А.М., Зінченко О.А. *Фінансово-економічні аспекти оцінки результатів і ефективності діяльності підприємства* / А.М. Турило, О.А. Зінченко // *Фінанси України*. – 2008. – №8. – С. 35 – 44.
7. Хаскин Д., Брунсен В. *Анализ результатов хозяйственной деятельности* [Электронный ресурс]. -Режим доступу: <http://tlt.ru/articles.php?n=1069910>

КОЛКОТИНІЧ В.С.,

студент 2 курсу магістратури Інституту права,
економіки та міжнародних відносин
Міжнародного гуманітарного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О.А. Мартинюк

ФОРМУВАННЯ РИЗИК ОРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Жорстка конкурентна боротьба, невизначеність зовнішнього середовища зобов'язує сучасні підприємства в процесі планування своєї діяльності враховувати ризик, як з позитивної, так і негативної точки зору на нього. Класична та неокласична теорія підприємств неодноразово звертала увагу на цю економічну категорію, проте сьогодні недостатньо розглядати ризик лише як імовірні втрати або можливість отримання додаткового прибутку, сучасні системи управління підприємствами повинні обов'язково включати в себе механізми комплексного врахування ризику на всіх етапах розвитку. Таким чином, актуальною постає проблема побудови ефективних систем ризик-менеджменту. В науковій літературі з проблем управління ризиками можна виділити такі найпоширеніші трактування цього явища:

- спеціальна сфера діяльності підприємства [2];
- багатоступінчатий процес, який включає розробку загальної філософії управління ризиками на підприємстві, їх виявлення, аналіз, оцінку і має на меті зменшення та нейтралізацію негативних наслідків [3, с.229];
- розробка та реалізація різноманітних методів, рекомендацій, заходів, які дають можливість спрогнозувати появу ризику та зменшити його ступінь; - процес впливу на суб'єкт господарської діяльності, який забезпечує: максимально широкий діапазон охоплення можливих ризиків, їх обґрунтоване прийняття, зведення ступеня впливу ризиків на суб'єкт до мінімуму, розробку стратегії поведінки цього суб'єкта у випадку реалізації конкретних видів ризиків;
- сукупність трьох складових: цілепокладання (вибір цілей), ризик-маркетинг (вибір інструментів управління ризиками), ризик-менеджмент (підтримання балансу в трикутнику «люди-цілі-ресурси» в процесі досягнення поставлених цілей з використанням обраних інструментів) [1, с.222–223].

З наведених визначень, можна зробити висновок, що поняття «управління ризиками» є більш широким, ніж поняття «ризик-менеджмент», оскільки останнє є складовою частиною управління

ризиками. Однак у більшості випадків учені ототожнюють ці два поняття, оскільки змістовне наповнення їх сутності та складових надає підстави стверджувати, що управління ризиками та ризик-менеджмент є тотожними між собою. Тому в межах цього дослідження, управління ризиками (або ризик-менеджмент) буде розглядатися як сукупність дій економічного, організаційного, технічного характеру, спрямованих на встановлення видів, факторів, джерел ризику, оцінку величини, розробку та реалізацію заходів щодо зменшення його рівня та запобігання можливим негативним наслідкам [4, с. 59–60].

Ризик-менеджмент дуже динамічний. Ефективність його функцій багато в чому залежить від швидкості реакції на зміну умов ринку, від економічної ситуації і фінансового стану об'єкта керування. Взаємодія об'єктів і суб'єктів управління в ризик-менеджменті може здійснюватися тільки за умови інформаційного забезпечення (наявності статистичних, інформаційних, комерційних даних) [1, с.224].

Формуючи систему ризик-менеджменту в процесі стратегічного розвитку підприємства, доцільно визначитися безпосередньо з видами ризиків, які виступають об'єктами управління. Пропонується в якості основних виділяти ризик зниження ефективності функціонування торговельного підприємства, а також ризики, пов'язані з процесом впровадження стратегічних змін. До об'єкту управління системи ризик-менеджменту окрім самих ризиків, відносяться фактори ризиків, безпосередньо рівень ефективності функціонування підприємства, а також економічні відносини між суб'єктами в процесі стратегічного розвитку [1, с.225].

У стратегічному менеджменті під стратегією управління ризиком розуміється загальний довгостроковий курс досягнення намічених цілей, в основу якого покладено прогнозування рівня ризику та напрямів його зниження [5, с.284]. Розрізняють обережну, зважену та агресивну стратегії управління ризиками, які характеризуються відповідним рівнем ризику, розміром втрат, ймовірністю виникнення цих втрат (появи ризикової події), ризик-позицією підприємства (ставленням до ризику), обраною моделлю та підходами до управління ризиками. Кожен вид стратегії управління ризиками також відрізняється способами, прийомами та методами впливу на ризик [4, с.289].

Література:

1. Клименко С. М. Обґрунтування господарських рішень і оцінка ризиків: навч. посіб. для самост. вивч. дисц. / С. М. Клименко, О. С. Дуброва. – К.: КНЕУ, 2006. – 188 с.
2. Крейдич І.М., Наконечна О.С., Наконечний І.В., Механізм формування стратегії мінімізації ризиків промислового підприємства при управлінні його інвестиційними ресурсами і моделюванні ресурсних потоків. [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investplan.com.ua/pdf/1_2017/4.pdf
3. Литвинов О.І. Формування системи управління ризиками в процесі стратегічного розвитку торговельного підприємства. // Вісник соціально-економічних досліджень, 2014 рік, випуск 1 (52). – С. 229-236.
4. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: навч. посіб.: [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Донець, О. В. Шепеленко, С. М. Баранцева та ін.]. – К.: ЦУЛ, 2012.– 457 с.
5. Штефаніч Д. А. Управління підприємницьким ризиком / [за заг. ред. д.е.н. Д. А. Штефаніча]. – Тернопіль: Економічна думка, 1999. – 224 с.

КОНДРАТЕНКО Д.Ю.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор А.С. Мохненко

АУДИТОРСЬКА ПЕРЕВІРКА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Аудит фінансової звітності поряд з консультуванням і перевіркою дотримання податкового законодавства є одним із найпоширеніших видів аудиторських послуг. Це обумовлено наступними чинниками: фінансова звітність – найдоступніше джерело інформації (яке не належить до комерційної таємниці) про результати прийнятих управлінських рішень, фінансовий стан підприємства, вартість його активів, ефективність функціонування; збільшується кількість умов у поточній фінансово-господарській діяльності, які вимагають підтвердження фінансової звітності незалежним аудитором тощо. Відповідно аудит фінансової звітності передбачає найвищий рівень впевненості, порівняно з іншими видами аудиторських послуг [3].

На сьогодні, спостерігається тенденція до збільшення випадків, коли інформація, яка відображається у бухгалтерському обліку, не відповідає даним фінансової звітності, що пояснюється

намаганням управлінського персоналу прикрасити показники діяльності підприємства, з метою підвищення його інвестиційної привабливості та кредитоспроможності для цілої низки користувачів.

Однією з найважливіших аудиторських процедур є оцінювання фінансової звітності підприємства. Перевірка достовірності бухгалтерської звітності аудитором є особливо відповідальною роботою, тому ця тема є актуальною, особливо на цьому етапі ринкових перетворень в Україні.

Згідно зі ст.1 Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», аудит фінансової звітності – аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності та/або консолідованої фінансової звітності юридичної особи або представництва іноземного суб'єкта господарювання, або іншого суб'єкта, який подає фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність групи, з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам [4].

Згідно із Міжнародним стандартом аудиту 200, метою аудиту є підвищення ступеня довіри визначених користувачів до фінансової звітності. Її досягають через висловлення аудитором думки про те, чи складена фінансова звітність в усіх суттєвих аспектах відповідно до застосовної концептуальної основи фінансової звітності [1].

Для досягнення основної мети незалежний аудитор повинен дослідити таке: відповідність фінансової звітності в цілому вимогам щодо її оформлення; наявність у звітності суперечливої інформації та узгодженість різних форм між собою; існування підстав для включення у звітність сум, що наведені у ній; правильність та обґрунтованість оцінки активів та зобов'язань, а також підрахунку статей звітності; відображення господарських операцій у фінансовій звітності того періоду, в якому вони були здійснені; відповідність сум тих чи інших операцій даним, наведеним у первинних документах, облікових регістрах та звітності тощо [5].

Результати аудиту фінансової звітності оформлюються у вигляді аудиторського висновку, який складається за довільною формою. МСА №700 "Аудиторський висновок про фінансову звітність" передбачає, що у висновку обов'язково мають бути розкриті такі розділи: заголовок; вступ; масштаб перевірки; висновок аудитора про фінансову звітність; дата аудиторського висновку; адреса аудитора (аудиторської фірми); підпис аудиторського висновку [1]. В заголовку аудиторського висновку йдеться про те, що аудиторську перевірку проводив незалежний аудитор.

Запропоновані процес та методика аудиту фінансової звітності підприємств нададуть можливість звести до мінімуму властивий аудиторський ризик та ризик не виявлення, що надалі дозволить уникати появи істотних помилок та реальніше оцінювати фінансово-майновий стан підприємства.

Література:

1. *Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг.* – К.: АПУ, 2014р.
2. *Mokhnenko A. Formation of account of reservoir expenses model / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhailyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – London, 2019. – № 23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-224.html>*
3. *Никонович М.О. Організація і методика аудиту: Навч. посіб. /М.О. Никонович, К.О. Редько, О.А. Юрєва; За ред. С.В. Мниха. – К. КНТЕУ, 2017. –472с.*
4. *Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України № 2258-VIII від 21.12.2017 // Відом. Верхов. Ради України. – № 9. – Ст. 50.*
5. *Рудницький В. С.Методологія і організація аудиту. – Тернопіль: Економічна думка, 2016. – 192 с.*

КОПЕЦЬ Г.Р.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту організацій
Національного університету «Львівська політехніка»

ЛЕБЕДИНЕЦЬ Л.І.,

студентка Національного університету «Львівська політехніка»

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

В умовах трансформаційних процесів, нестабільності соціальних, політичних та економічних відносин в Україні ключовим завданням для науковців залишається пошук напрямів підвищення конкурентоспроможності як національної економіки в цілому, так і окремих галузей, підприємств та продукції, що визначає актуальність даної проблеми на мікро-, мезо- та макрорівні. За ринкової економіки між підприємствами відбувається постійна конкурентна боротьба за споживачів продукції, тому основою забезпечення стійких позицій товару на ринку є наявність конкурентних переваг, що свідчить, у свою чергу, про його конкурентоспроможність. Необхідною передумовою успішного функціонування підприємства є вивчення, оцінювання та забезпечення високого рівня конкурентоспроможності товару з метою врахування та задоволення вимог сучасного споживача [1, с. 61].

Конкурентоспроможність підприємства є відносною характеристикою, яка відображає ступінь відмінності даного підприємства від конкурентів у сфері задоволення потреб клієнтів. Саме тому для підвищення конкурентоспроможності підприємства повинні посилювати конкурентні переваги у таких складових, як: товарна політика, ціноутворення, збутова політика, управління витратами, реклама та просування, методи комунікації із споживачами тощо.

Головними завданнями вирішення проблеми підвищення конкурентоспроможності підприємства є [2, с. 128]:

– визначення критеріїв конкурентоспроможності й формування системи показників її вимірювання;

– розроблення методів оцінки рівня конкурентоспроможності;

– розроблення методів формування алгоритмів (програм) підвищення конкурентоспроможності.

Процес управління конкурентоспроможністю підприємства можна представити у вигляді чотирьох взаємопов'язаних блоків [3, с. 73]:

– визначення основних пріоритетів – постановка цілей підприємства у сфері досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності;

– визначення завдань – аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства;

– розробка стратегії – формування альтернативних пакетів стратегій досягнення очікуваного рівня конкурентоспроможності підприємства;

– реалізація стратегії – вибір оптимального пакету стратегій та розробка стратегічного плану досягнення конкурентоспроможності підприємства.

Основною конкурентною перевагою підприємства є використання інноваційного фактора у виробничому процесі, що проявляється у інтенсивному розвитку виробництва шляхом застосування нових та прогресивних виробничих технологій, модернізованих виробничих потужностей, інноваційних технологій скорочення та економії витрат ресурсів та матеріалів, інноваційних підходів до управління та організування роботи персоналу тощо.

Важливим аспектом підвищення конкурентоспроможності підприємства є орієнтація на потреби споживачів. Для цього необхідно ґрунтовно вивчати запити споживачів, покращувати якісні характеристики продукції згідно нових уподобань споживачів, удосконалювати зв'язки із зовнішнім середовищем, покращувати комунікації із потенційними клієнтами.

Ключовим фактором успіху підприємства є володіння інформацією про конкурентів, постійний моніторинг їхньої діяльності та розроблення заходів щодо випередження їх у сфері захоплення нових ринків та виведенні на ринок нової більш конкурентоспроможної продукції.

Серед операційних напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємства варто виокремити такі: зниження витрат на виробництво продукції, модернізація обладнання та оновлення основних засобів, підвищення якості управління персоналом, впровадження нових інформаційних технологій, підвищення організаційно-технічного рівня виробничого процесу, застосування ресурсозберігаючих технологій, підвищення екологічності продукції та відповідності міжнародним нормам і стандартам тощо.

Вагомою є роль держави у створенні сприятливих умов для розвитку конкурентного середовища в країні. Для цього необхідно усунути наявні законодавчі, правові, регуляторні, фінансові та інші бар'єри функціонування підприємств на ринку. Для створення позитивного конкурентного середовища державі необхідно надавати підтримку новоствореним підприємствам, малому та середньому бізнесу, підприємствам, які працюють у пріоритетних напрямках економіки; сприяти та стимулювати розвиток суб'єктів господарювання на інноваційних засадах; зменшувати податковий тиск на бізнес тощо.

Література:

1. Кулиняк І.Я., Демків О.М. Теоретичні аспекти оцінювання рівня конкурентоспроможності товару. Вісник НУ "Львівська політехніка": Логістика. 2012. № 749. С. 61-65.

2. Косміна О.М. Конкурентоспроможність і конкурентні переваги підприємства в сучасних ринкових умовах. Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. 2013. № 1(2). С. 125-131.

3. Пермінова С.О., Романко Є.В. Управління міжнародною конкурентоспроможністю як фактор успіху сучасного підприємства. Науковий журнал «Молодий вчений». 2016. № 2(29). URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/2/18.pdf>.

КРОПІНОВА П.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: викладач Т.О. Косякова

ПОНЯТТЯ ТОВАРНО-МАТЕРІАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ЗНАЧЕННЯ

Товарно-матеріальні цінності, як правило, є найбільш важливою і значною частиною активів підприємства, вони займають особливе місце у складі майна та домінуючі позиції у структурі витрат підприємств різних сфер діяльності; при визначенні результатів господарської діяльності підприємства та при висвітленні інформації про його фінансовий стан. Товарно-матеріальні цінності відносяться до складу оборотних активів, тому що можуть бути перетворені на грошові кошти протягом року або одного операційного циклу.

Оскільки всі товарно-матеріальні цінності, якими підприємство володіє на певну дату, незалежно від місця їх знаходження, включаються до складу запасів, тому гадаю доцільним буде розкрити інформацію й про самі ТМЦ.

ТМЦ поділяються на виробничі і товарні. Виробничі ТМЦ промислового підприємства дещо відрізняються від товарних запасів торговельного підприємства.

Виробничі ТМЦ – придбані або самостійно виготовлені вироби, які підлягають подальшій переробці на підприємстві. В процесі виробництва виробничі ТМЦ використовуються неоднаково. Деякі з них повністю споживаються у технологічному процесі (сировина і матеріали), інші – змінюють тільки свою форму і розмір (мастильні матеріали, фарби), треті – входять до складу виробу без будь-яких зовнішніх змін (запасні частини), четверті – лише сприяють виготовленню виробів, але не включаються до їх маси або хімічного складу (МШП).

Товарні ТМЦ – придбані підприємством товари, призначені для подальшого перепродажу. При цьому підприємство, як правило, не вносить суттєвих змін до їх фізичної форми, вже при закупці у постачальника вони є готовою продукцією.

Предмети, що є власністю інших фізичних та юридичних осіб і знаходяться на території, що належить підприємству не є запасами даного підприємства.

Визначення поняття запасів, порядок їх оцінки і відображення в бухгалтерському обліку наведені в Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку⁹ "Запаси" (далі – П(С)БО9).

В П(С)БО 9 містяться методологічні засади формування в бухгалтерському обліку інформації про товарно-матеріальні цінності і розкриття її у фінансовій звітності.

З прийняттям нових положень (стандартів) бухгалтерського обліку були прийняті й застосовуються основні терміни, що наведені нижче.

Одиниця бухгалтерського обліку товарно-матеріальних цінностей – це їх найменування або однорідна група (вид). Такою одиницею може бути вид, сорт, марка запасу, тобто кожен номенклатурний номер.

Первісна вартість товарно-матеріальних цінностей – сума фактичних витрат на їх придбання або виготовлення.

Чиста вартість реалізації ТМЦ – це очікувана ціна реалізації ТМЦ в умовах звичайної діяльності за вирахуванням очікуваних витрат на завершення їх виробництва та реалізацію.

Справедлива вартість – сума, за якою можна обміняти актив чи погасити заборгованість по операції між проінформованими, зацікавленими і незалежними сторонами.

Вимоги П(С)БО 9 “Запаси” розповсюджуються не на всі оборотні активи підприємства. До складу запасів не включаються активи, оцінку яких регулюють інші Стандарти.

ТМЦ визнаються активом тільки за умови, що підприємство отримує в майбутньому від їх використання економічні вигоди і вартість ТМЦ може бути достовірно визначена.

Бухгалтерський облік є найважливішим засобом систематичного контролю за схоронністю товарно-матеріальних цінностей за правильним їхнім використанням і виявленням додаткових резервів зниження собівартості.

Література:

1. Матвеев О.О. Економіка підприємства / О.О. Матвеев – К.: Либідь, 2015. – 346 с.
2. Мохненко А.С. Особливості реалізації організаційно-економічних змін на вітчизняних підприємствах / А.С. Мохненко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія “Економічні науки”. – Чернігів, 2014. – № 3(75). – С. 9-14.

Кулиняк І.Я.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту організацій
Національного університету «Львівська політехніка»

Михайлухів Ю.О.,

студентка Національного університету «Львівська політехніка»

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Динамічне зовнішнє середовище функціонування, зростання ролі процесів глобалізації та інтеграції, посилення вимог споживачів до якості продукції (послуг), посилення уваги до використання альтернативних ресурсів в умовах їхньої обмеженості, брак фінансування підприємницької діяльності, позбавлення ролі інновацій у бізнесі – ті та інші чинники сприяють приділенню уваги керівництва необхідності формування все більш дієвішої конкурентної політики підприємства. Особливим це питання постає для торговельних підприємств, які функціонують у жорстких умовах конкуренції щодо захоплення нових ринків та привернення уваги нових покупців порівняно з іншими формами підприємницької діяльності.

Конкурентна політика підприємства трактується у науковій літературі як система принципів, фундаментальних правил та законів конкуренції, що формуються відповідно до характеру конкурентного середовища підприємства та його внутрішнього потенціалу [1, с. 65; 2, с. 165].

Конкурентне середовище функціонування підприємств роздрібної торгівлі характеризується певними умовами його формування і розвитку. З одного боку, формування цих умов залежить від кількості та складу суб’єктів господарювання у сфері роздрібної торгівлі (зокрема, великі, середні, малі підприємства галузі). З іншого боку, динамічний стан конкурентного середовища в роздрібній торгівлі є результатом економічного розвитку і конкурентної взаємодії господарських суб’єктів галузі, наслідком реалізації їхніх конкурентних потенціалів [3].

Метою конкурентної політики підприємства є забезпечення його стабільного функціонування та підвищення рівня конкурентоспроможності. А це можливо лише за рахунок застосування якісно нових наукових підходів до її формування, розроблення та впровадження комплексної системи заходів, що відповідає рівню мінливості навколишнього середовища [4, с. 42]. Вважаємо, що реалізація

конкурентної політики торговельного підприємства повинна супроводжуватись таким комплексом заходів щодо створення конкурентного середовища та досягнення цілей конкурентного розвитку:

– заходи інноваційного характеру – впровадження інноваційних методів ведення торгівлі, нових форм співпраці з клієнтами, нових технологій покращення якості продукції (послуг) та взаємодії з контрагентами, технічне переоснащення, проведення наукових досліджень у сфері вивчення поведінки споживачів з метою покращення комунікацій тощо;

– заходи маркетингового характеру – активізація маркетингових дій щодо формування гнучкого ціноутворення, яке б враховувало платоспроможність покупців, розширення асортиментного ряду продукції згідно найвибагливіших запитів покупців, розроблення ефективної рекламної стратегії та заходів щодо просування продукції, формування стратегії ефективної збутової політики та підвищення надійності співпраці з контрагентами у збутовому ланцюзі тощо;

– заходи управлінського характеру – формування оптимальної структури управління торговельним підприємством, розроблення заходів заохочення та мотивування, підвищення кваліфікації працівників, створення сприятливого психологічного клімату між працівниками, управління чинниками негативного впливу та мінімізація ризиків у діяльності підприємства тощо;

– заходи фінансового характеру – підвищення прибутковості та рентабельності діяльності підприємства, пошук нових джерел фінансування діяльності, оптимізація витрат, ефективне управління інвестиційними ресурсами тощо.

Реалізація зазначених заходів вимагає комплексного підходу, оскільки усі процеси у діяльності підприємства взаємопов'язані і взаємодоповнюють один одного. Процес формування конкурентної політики торговельного підприємства повинен охоплювати всі сфери діяльності в комплексі (закупівля, продаж, післяпродажне обслуговування тощо), що дозволить своєчасно реагувати на нові виклики і зміну потреб споживачів та ефективно застосувати свої конкурентні переваги задля забезпечення довгострокової конкурентоспроможності в умовах динамічного конкурентного ринкового середовища.

Література:

1. Халімон Т.М. Конкурентна політика підприємства: сутність, принципи, орієнтири та підходи формування. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 7. С. 155-160.

2. Деренівський О. Особливості формування конкурентної політики підприємства. *Сектори економіки в процесі реалізації державної регіональної політики: Дванадцяті регіональні та муніципальні читання : зб. матеріалів доп. міжнар. наук.-практ. конф. [Тернопіль-Збараж, 26-27 жовт. 2017 р.] / редкол.: М. М. Шкільняк, А. Ф. Мельник, Г. Л. Монастирський [та ін.]. Тернопіль: СМП «Тайп», 2017. Ч. II. С. 64-67.*

3. Семененко С.В. Исследование конкурентного потенциала торговой организации: методологические основы и методическое обеспечение: монография. Белгород: БУКЭП, 2014. 187 с.

4. Довгань Л., Воржаскова Ю. Механізм формування конкурентної політики поліграфічних підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 4. С. 32-40.

ЛИМОНОВА Е.М.,

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та економічної теорії університету імені Альфреда Нобеля

ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАННЯ: ЕТАПИ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ

Сучасний етап розвитку глобальних процесів в інвестиційній сфері характеризується значною волатильністю щорічної динаміки основних способів капіталовкладень – угод по злиттю і поглинанню (M&A) і нових проектів (greenfield).

У законодавстві провідних зарубіжних країн виділяються два основних типи злиттів: абсорбувальний і консолідуючий (комбінаційний). При абсорбувальному типі злиттів один з учасників злиттів отримує всі активи і зобов'язання компаній, що приєднуються до нього, у свою чергу, розформовуються (ліквідуються). В результаті консолідуючих злиттів створюється нова компанія, що акумулює активи та зобов'язання всіх підприємств, що зливаються, які згодом підлягають добровільній ліквідації [1, с.21]. «Поглинанням» (acquisition або takeover) зазвичай називається процес, коли одна компанія або банк купує більшу частину акцій іншої компанії (банку). Відповідно до визначення Орлової Н. Е., поглинання є об'єднання двох або декількох юридичних осіб, при якому зберігається одна (поглинаюча) юридична особа, до якої переходять активи та зобов'язання юридичних осіб, що

поглинаються, при цьому вони або припиняють своє існування, або контролюються шляхом володіння та управління контрольним пакетом акцій або часток капіталу [2]. Рудик Н.Д. визначає поглинання як угоду, що проводиться за допомогою тендерної пропозиції (tender offer) [3, с.16].

Всі злиття/поглинання компаній, що спостерігалися протягом ХХ століття, можна розділити на п'ять етапів, кожен з яких має свої особливості [2] :

–1 етап– злиття у 1897-1904 рр., який характеризується тим що на початку етапу у більшості галузях панували чисті монополії, тобто підприємства що виробляли унікальну продукцію. Основу об'єднань становили горизонтально інтегровані компанії. Пізніше з'явилися фірми, що стали попередниками сучасних вертикально інтегрованих корпорацій. Відмінною рисою більшості злиттів у цей період був їх множинний характер – у 75% від загальної кількості злиттів було залучено не менш 5 компаній, а іноді об'єднувалися кілька сотень фірм.

–2 етап – злиття у 1916-1929 рр. На цьому етапі панують не монополії, а олігополістичні об'єднання (у галузі домінують декілька виробників диференційованої та стандартизованої продукції). Це пов'язано з дією антимонопольного законодавства у США, а також європейських країнах. Для цього етапу характерні вертикальні злиття і диверсифікація.

–3 етап – злиття у 1965-1970-х роках. Для цього періоду характерні сплеск злиття компаній, що зайняті у різних видах виробничої діяльності, тобто злиттів конгломератного типу. На третьому етапі 80% злиттів привели до утворення конгломератів. Якщо порівняти з попереднім етапом, то число конгломератних злиттів зросло приблизно на 35% , кількість горизонтальних злиттів скоротилося 27 %. Виною цього стало жорстке антимонопольне законодавство, що обмежило горизонтальну і вертикальну інтеграцію.

–4 етап – злиття в 80-х роках. Цей етап характеризується збільшенням ворожих поглинань. Але у зв'язку з пом'якшення антимонопольної політики, в цього періоду характерні горизонтальні злиття. Питома вага злиттів конгломератного типу навпаки скоротилася. Більш того, створення нових об'єднань супроводжувалося руйнуванням раніше створених конгломератів.

–5 етап – злиття з другої половини 90-х років – до кінця ХХ століття. Для цього періоду характерними стають горизонтально інтегровані злиття компаній. Також спостерігається об'єднання транснаціональних корпорацій, тобто створення стратегічних альянсів. Величезний розмах отримали злиття і поглинання у фінансовій сфері.

Загальносвітова динаміка greenfield-проектів є негативною вже чотири роки поспіль, в 2018 р. вартість нових проектів впала на 34%. Проте, на greenfield-інвестиції все ще припадає дві третини вартості глобальних інвестицій.

Проведений аналіз свідчить про те, що процес М&А на сьогоднішній день є тенденцією, яка може сприяти розвитку нових та укріпленню вже існуючих конкурентних переваг транснаціональних компаній. Розгляд сучасних тенденцій в динаміці процесів М&А дозволяє формувати відповідні сучасному стану світової економіки та кон'юнктури стратегії розвитку ТНК.

Література:

1. Гаврилов В.В. *Международное частное право*/ В.В. Гаврилов – М.: Издательство НОРМА, 2010.–С.46.
2. Орлова Н. Е. *Модели слияний/поглощений в банковской сфере* /Н.Е Орлова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.brcorporation.ru/, вільний . – Назва з екрану, рус.
3. Рудык Н.Б., Семенкова Е.В. *Рынок корпоративного контроля: слияния, жесткие поглощения и выкупы с долговым финансированием*/ Н.Б. Рудык, Е.В. Семенкова. – М.: Финансы и статистика. – 2012. - С.16

МАЙБРОДА К.А.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент К.В. Мельникова

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ І ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Загалом під управлінням прибутком підприємства розуміють побудову системи управління, що враховує тактичні та стратегічні аспекти управління, спрямована на підвищення кінцевих результатів діяльності суб'єкта господарювання, яку розглядають як сутність взаємопов'язаних елементів, кожен з яких виконує певну роботу, спільна дія котрих забезпечує досягнення механізму отримання прибутку

заданої величини. Таким чином система управління прибутком повинна бути логічно пов'язана із загальною системою управління підприємством, тому що прийняття управлінських рішень у всіх сферах діяльності підприємства прямо або опосередковано буде впливати на рівень прибутку, який надає нові можливості і джерела фінансування для розвитку підприємства, що дозволить збільшити не тільки доходи підприємства а і доходи його власників і працівників [1].

Прибуток, який є основним фінансовим показником і результатом підприємницької діяльності суб'єктів господарювання, забезпечує потреби у фінансових ресурсах не тільки самих підприємств, а й держави загалом.

Характер розподілу прибутку впливає на суттєві аспекти діяльності підприємства та його фінансові результати. Розподіл прибутку безпосередньо спрямований на реалізацію головної мети фінансового менеджменту підприємства – максимізацію добробуту власників, оскільки в процесі розподілу прибутку формуються пропорції між поточними виплатами власникам і зростанням цих виплат у довгостроковому періоді. Пропорції розподілу прибутку визначають темпи реалізації стратегічних програм розвитку підприємства. Стратегія розвитку підприємства досягається в процесі інвестиційної діяльності, обсяги якої залежать від можливостей формування підприємством достатніх фінансових ресурсів, і в першу чергу за рахунок внутрішніх джерел, основним із яких є прибуток [2].

Планування прибутку є складовою фінансового планування і найважливішим аспектом фінансово-економічної діяльності підприємств. Від достовірності визначеного планового прибутку залежить ефективність господарсько-фінансової діяльності підприємства. Розрахунок планового прибутку має бути економічно обґрунтований, що дасть змогу здійснювати своєчасне і повне фінансування інвестицій, приросту власних оборотних активів, своєчасні розрахунки з бюджетом за податками тощо [5]. Прибуток планується окремо з кожного виду діяльності підприємства: від продажу товарної продукції; іншої продукції та послуг нетоварного характеру; продажу основних фондів, іншого майна і нематеріальних активів; від позареалізаційних доходів і витрат.

Розподіл та використання прибутку підприємства це є досить відповідальний процес у діяльності підприємства, оскільки від його результату залежить не тільки розвиток підприємства, а й матеріальне забезпечення працівників. Тому при прийнятті рішень про розподіл чистого прибутку, фінансовими менеджерами підприємства повинно бути знайдено оптимальне співвідношення у спрямуванні фінансових ресурсів на цілі виробничо-технічного розвитку, соціального розвитку, матеріального заохочення працівників та інші цілі [3].

Усі підприємства прагнуть у результаті своєї діяльності мати прибуток і намагаються його збільшувати. Тільки розуміння того, в якому напрямку діяти, може привести до позитивної динаміки. Необхідно застосовувати ефективні підходи до управління прибутком суб'єкта господарювання задля підвищення рентабельності виробництва та інвестиційної привабливості підприємства, зміцнення його конкурентоспроможності. У зв'язку з цим, методи управління прибутком необхідно вдосконалювати.

Для того, щоб забезпечити досконалий механізм управління прибутком для українських суб'єктів господарювання можна запропонувати наступні заходи:

1) проводити ефективну кадрову політику – це повинно зменшити для господарства витрати часу на виробництво одиниці продукції, за умови забезпечення максимально продуктивного та кваліфікованого персоналу;

2) підвищувати ефективність збутової політики підприємств – оскільки від реалізації продукції залежить отримання доходу, необхідно приділяти їй більше уваги;

3) уникати непродуктивних витрат шляхом їх нормування, планування та аналізу;

4) підвищувати якість продукції і ліквідовувати втрати від браку – на дохідність господарства впливає модернізація продукції або зняття з виробництва неконкурентоспроможних товарів;

5) підвищувати ефективність маркетингу – багато нових видів виробів не купуються на ринку саме через відсутність дієвого механізму рекламування та заохочування покупців.

Література:

1. Бабяк Н.Д. *СVP-аналіз: традиційний та управлінський підходи* / Н.Д. Бабяк, К. Б. Іванюк // *Бізнес Інформ*. – 2015. – № 8. – С. 272-276.

2. Опікунова Н.В. *Управління прибутком підприємства* / Н.В. Опікунова, В.Г. Лопата // *Вісник економіки транспорту і промисловості*. – 2014. – № 46. – С. 294-298.

3. Блонська В.І. *Вдосконалення формування і використання прибутку підприємств* / В.І. Блонська, О.І. Вужинська // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2008. – № 18(1) – С. 122-128.

4. Гаватюк Л.С. *Прибутковість українських підприємств: реалії сьогодення* / Л.С. Гаватюк, Н.В. Дармограй, Г.М. Хімійчук // *Молодий вчений*. – 2016. – № 1 (28). – С. 40-43.

5. Спіфанова І.Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / І.Ю. Спіфанова, В.С. Гуменюк // *Економіка та суспільство*. – 2016. – № 3. – С. 189-192.

МАРКЕЛІЯ Е.Р.,

аспірантка кафедри економічної теорії та міжнародних економічних відносин
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Н.А. Тюхтенко

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДОВІДАЛЬНОСТІ

В основі концепції корпоративної соціальної відповідальності лежить принцип відкритості, об'єктивності та повноти інформації про діяльність корпорації. Взаємозв'язок корпоративної соціальної відповідальності та корпоративного управління можна провести за наступними напрямками: на рівні цінностей, на рівні розподілу компетенції та відповідальності, на рівні ризиків (управління нефінансовими ризиками).

Соціальна відповідальність розглядається не стільки як добровільний внесок у поліпшення суспільного добробуту та розвитку, скільки як інструмент підвищення конкурентоспроможності при взаємодії з ключовими зацікавленими учасниками корпорації. В країнах з еволюційним характером становлення корпоративного сектора на сучасному етапі відбувається процес соціалізації економіки та відхід від класичного капіталістичного привласнення, формування системи корпоративного управління, де чітко розподілені функції інвесторів та менеджерів. Ліберально-ринковий шлях реформування в Україні йшов інверсійним шляхом, коли корпоративна власність як розвинута форма ринкового підприємництва механічно була перенесена у неринкове середовище, наслідком чого стала ранньокапіталістична модель одноосібної господарської влади. Тому для великих українських корпорацій не є типовим факт розмежування функції власності та функції управління, характерний для акціонерного капіталу західних країн [1].

Соціальна відповідальність бізнесу як одна з основних складових створення ключових компетенцій підприємства залучає та утримує найкращих співробітників, приваблює клієнтів, сприяє зміцненню бранда, іміджу та репутації компанії, а отже, прискорює нарощення економічного потенціалу підприємства. При цьому важливо підкреслити, що нарощення економічного потенціалу птахівничих підприємств у контексті створення соціально відповідального бізнесу можливе за умови дотримання ними основних принципів. Оскільки ефективне ведення бізнесу, насамперед, залежить від добробуту громад, в яких функціонують підприємства, то соціальна відповідальність бізнесу має відігравати активну роль у нарощенні економічного потенціалу підприємства, принципи використання якої повинні бути узгодженими зі стратегічними пріоритетами підприємства і полягати в такому [2]:

- провідна роль працівників у сталому економічному розвитку підприємства;
- підвищення показників екоефективності та екоосвідомості;
- покращення добробуту населення через підтримку власної ініціативи у відповідних соціальних процесах;
- підтримка соціальних програм держави;
- дотримання принципів ділової етики, які ґрунтуються на повазі, мотивації, лідерстві та піклуванні про майбутнє;
- імплементація досвіду соціально відповідального бізнесу в межах регіону та країни;
- реалізація принципів соціальної відповідальності бізнесу на основі традицій вітчизняних підприємств і найкращих світових практик;
- забезпечення виробництва якісних та безпечних продуктів харчування.

Література:

1. Шкодін, Я. В., І. В. Шкодін. "Соціальна відповідальність в системі корпоративного управління." *Молодий вчений* 2 (3) (2015): 148-152.
2. Гришова, І., М. Щербата, В. Гришов. "Соціальна відповідальність бізнесу як чинник соціально-економічного розвитку підприємств." *Проблеми і перспективи економіки та управління* 3 (3) (2015): 17-27.

к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва
Херсонського державного університету

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ГОСПОДАРСЬКИМ РИЗИКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В ринковій економіці панує невизначеність, тому будь-яка компанія стикається з ризиками, незалежно від того, яку продукцію вона виробляє та які послуги надає. Напевно, не потребує доказів той факт, що на підприємствах з добре поставленим ризик-менеджментом спостерігаються певні успіхи в управлінні витратами та мінімізація збитків, пов'язаних з невизначеністю господарських операцій.

Вітчизняні підприємства та організації знаходяться на початку впровадження системи ризик-менеджменту у свою управлінську діяльність. Опитування українських суб'єктів господарювання свідчать про практичну відсутність системного ризик-менеджменту на більшості з них. У коло уваги менеджерів попадають лише окремі групи ризиків, зокрема виробничі та фінансові, а ризик-менеджмент має фрагментарний характер. Однією з причин цього негативного явища є відсутність у власників та менеджерів цілісної уяви про сутність системи ризик-менеджменту, зміст та послідовність етапів управління ризиками.

У 80-90 роках ХХ сторіччя ризик-менеджмент навіть у провідних компаніях у світі мав фрагментарний, вузькоспеціалізований характер. На жаль, всупереч змінам, які зараз відбуваються у системах управління ризиком у розвинених країнах, ризик-менеджмент у багатьох українських організаціях досі залишається фрагментарним, специфічним видом діяльності, здійснюється епізодично та стосується переважно окремих сфер діяльності.

Так, управління різними видами ризиків, зокрема екологічними, фінансовими, виробничими, здійснюється незалежно один від одного та розосереджується по різних підрозділах організації. Часто це приводить до суперечності між ризик-менеджментом та цілями організації загалом, неможливості оцінити сукупний ефект від управління окремими видами ризиків, а сам ризик-менеджмент розглядається власниками як джерело виникнення додаткових витрат. Результатом є низька координація управлінських дій (або навіть її повна відсутність), проблеми з ідентифікацією, а головне, з реагуванням на нові для суб'єкта господарювання ризики.

На початку ХХІ століття у світовій практиці відбувся перехід до нової концепції ризик-менеджменту, яка передбачає комплексний підхід до оцінки та управління всіма видами ризиків організації на основі системного підходу (EWRM – enterprise-wide risk management). Відповідно до нього управління ризиками є зоною відповідальності не тільки фахівців у функціональних підсистемах, а й спеціального створеного спеціалізованого підрозділу. Таким чином, функція управління ризиком охоплює всі напрями діяльності, але залишається підпорядкованою загальним організаційним цілям та централізованому управлінню. Ризик-менеджмент набуває стратегічного характеру, здійснюється безперервно, під час його реалізації оцінюється сукупний вплив факторів ризику, до нього активно залучаються топ-менеджери.

Впровадженню комплексного ризик-менеджменту сприяє використання низки професійних та міжнародних стандартів, зокрема FERMA, COSO ERM, ISO 31000. Незважаючи на явно прогресивний характер комплексного ризик-менеджменту, зауважимо, що управління ризиком за такої організації залишається лише однією зі сфер управлінської діяльності, по суті досить автономною, і належить до розряду другорядних процесів, які тільки доповнюють базові підсистеми управління.

Крім того, відсутність у невеликих компаніях спеціалізованого підрозділу з управління ризиками часто приводить до «втрати» відповідної функції та унеможливує реальний вплив на фактори, що породжують ризик.

Ці недоліки, а також зростаюча невизначеність зовнішнього макро- та мікрооточення приводять до з'ясування того факту, що ризик-менеджмент має стати центральним складником системи управління суб'єктом господарювання, тобто інтегруватися у цю систему.

Таким чином, для сучасних організацій зростає актуальність розроблення та впровадження інтегрованої системи ризик-менеджменту (integrated risk management – IRM), яка передбачає

управління ризиком у всіх сферах діяльності, на всіх ієрархічних рівнях, у всіх бізнес-процесах та у всіх центрах відповідальності.

Концепція IRM заснована на ідеології спільної зацікавленості всіх елементів складної системи, якою є будь-яка сучасна організація, в доцільному об'єднанні організаційних, матеріальних, інтелектуальних та інших ресурсів. Потреба в такому об'єднанні визначається цілями передбачення, виявлення та оцінки всієї динамічної сукупності ризиків і оптимального управління нею.

Інтеграція ризик-менеджменту у процес управління суб'єктом господарювання має розглядатися як безперервний циклічний процес прийняття та реалізації управлінських рішень для досягнення стратегічних цілей у всіх їх функціональних підсистемах. Ризик-менеджмент органічно вбудовується в структуру управління як безпосередня частина цілісної системи управління, а не другорядний процес. При цьому об'єктом управління є не окремі ризики, а саме сукупність значущих для організації ризиків незалежно від їх значущості для окремих центрів відповідальності.

Важливою особливістю IRM є те, що до нього залучаються всі центри відповідальності всередині організації з чітким розподілом функціональних обов'язків щодо управління ризиками. Основні функції управління ризиками (координація, контроль, консолідація та аналіз інформації, прогнозування та розроблення коригувальних впливів, консалтинг) при цьому покладаються на спеціально організовану службу ризик-менеджменту (або фахівця зі спеціальними компетенціями – для невеликих організацій).

Література:

1. Гальків Л. І. Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками підприємницьких структур //Суспільні трансформації і безпека: людина, держава, соціум. – 2017. – С. 66.
2. Вербіцька І. І. Ризик-менеджмент як сучасна система управління ризиками підприємницьких структур //Сталий розвиток економіки. – 2013. – №. 5. – С. 282-291.
3. Мостенська Т. Л., Скопенко Н. С. Ризик-менеджмент як інструмент управління господарським ризиком підприємства. – 2010.

МЄШКОВА-КРАВЧЕНКО Н.В.,

старший викладач кафедри економіки,
підприємництва та економічної безпеки
Херсонського національного технічного університету,

ГОРЬ В.А.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки,
підприємництва та бізнес-аналітики
Херсонського національного технічного університету

ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Соціально-економічний розвиток підприємства тісно пов'язаний з успішним використанням його трудового потенціалу. Відповідно, необхідно переглянути вимоги щодо формування необхідного трудового потенціалу. Динамічні зміни в економіці потребують адекватних змін, спрямованих на забезпечення потреби підприємства персоналом, підвищення трудової активності, враховуючи, як сформований трудовий потенціал підприємства, так і ситуацію та тенденції в бізнес-середовищі.

Перш за все, необхідно оцінити наявний потенціал підприємства.

Потенціал технологічного персоналу традиційно оцінюють за показниками: забезпеченості (середньооблікова чисельність, відповідність кваліфікації, фонд робочого часу), структури (за рівнем кваліфікації, за рівнем освіти, за стажем роботи, за віком), руху (коефіцієнт обороту по прийому, вибуттю, плинності), ефективності використання (виробіток, трудомісткість).

Оцінку управлінського потенціалу можна здійснити на основі кількісних показників на основі розрахунку таких показників як питома вага управлінського персоналу у загальній чисельності працівників; та якісних, серед яких провідну роль відіграє продуктивність праці управлінського персоналу, а також, коефіцієнт ефективності витрат на управління, рівень забезпечення підприємства і його окремих підрозділів управлінським персоналом, кваліфікація та досвід якого відповідає сучасним вимогам управління бізнес-процесами.

Ураховуючи необхідність інноваційної спрямованості діяльності підприємств для забезпечення стабільного розвитку, слід оцінювати трудовий потенціал також за показниками: частка науково–дослідного персоналу, досвід роботи персоналу в інноваційній сфері та результативність інноваційної діяльності (кількість запропонованих та реалізованих ідей, рівень новизни інновацій, кількість зареєстрованих патентів, проданих ліцензій тощо).

Враховуючи, що трудовий потенціал підприємства являє собою сукупну кваліфікацію та професійні здібності всіх працівників підприємства, а також досягнення підприємства в ефективній організації праці та розвитку персоналу, слід оцінювати безпосередньо кваліфікаційний потенціал окремого працівника, який визначається обсягом, глибиною і різнобічністю загальних і спеціальних знань, трудовими навичками і вміннями, що обумовлюють здатність працівника до праці визначеного змісту і складності [1].

На думку науковців та практиків, актуальним є саме окреслення та створення можливостей набуття професійних компетентностей затребуваних в сучасних бізнес–структурах. При цьому, зростає значимість набутих компетентностей саме управлінцями. Доведено, що для мінімізації можливих негативних наслідків необґрунтованого прийняття рішень менеджери підприємства повинні мати якісний рівень теоретичної та практичної підготовки й постійно оновлювати знання, що дозволяють визначати оптимальні партії виробництва кожного виду продукції, а також порівнювати отримані результати з прогнозованими й обирати найоптимальніший та менш ризикований варіант виробництва[2].

Ураховуючи вимоги часу, доцільно розглядати можливість впровадження дуальної системи освіти. Дуальність передбачає узгоджену взаємодію освітньої та бізнес–сфери з підготовки кваліфікованих кадрів певного профілю в рамках організаційно–відмінних форм навчання. Основне завдання дуальної форми навчання підвищити якість підготовки фахівців з урахуванням вимог роботодавців, що передбачає поєднання навчання та трудової діяльності здобувачами освіти.

Упродовж останніх років в Україні здійснювався експеримент з організації освітньо–виробничого процесу з елементами дуальної форми навчання у закладах професійно–технічної освіти, що дав позитивні результати, зокрема набуття здобувачами професійних компетентностей для успішного працевлаштування. Однак, визнаючи значимість професіоналізму управлінців для досягнення бажаних результатів діяльності підприємства, слід посилювати співпрацю бізнесу та закладів вищої освіти, зокрема і з впровадженням елементів дуальної системи, у підготовці фахівців з вищою освітою. Набуті компетентності та сформовані результати навчання таких випускників закладів вищої освіти дозволять їм швидше адаптуватися до реальних умов ведення бізнесу та внести свій вклад в забезпечення розвитку підприємства.

Реалізація дуальної системи навчання можлива за умови співпраці політиків, бізнесу, освітніх закладів, соціальних партнерів та дозволяє за результатами здійснення стейкхолдерами моніторингу якості освіти оновлювати освітні стандарти на основі компетентнісного підходу [3].

Соціально–орієнтована діяльність підприємства має сприяти створенню мотиваційної системи розвитку працівників, формуванню у них потреб, інтересів до посилення трудової та творчої активності, зокрема і тих, що забезпечують інноваційний розвиток підприємства.

Література:

1. Білецька К.В. Трудовий потенціал як чинник активізації інноваційних процесів / К.В.Білецька //Ефективна економіка. – 2014. – №4. –[Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2932>.
2. Макаренко С.М. Визначення професійних компетентностей фахівців як складової формування оптимальної стратегії розвитку трудових ресурсів/ С.М. Макаренко, Т.А. Абельдяєва, Т.С. Казаков, Н.М. Олійник //Економічний простір: Збірник наукових праць. – 2017.–№127. – С.62-67.
3. Шарко М.В. Соціальні аспекти діяльності підприємства / М.В.Шарко, Н.В.Мешкова–Кравченко, С.А.Латкіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2018. – Вип..6 (18). – С. 183-187.

ОЦІНЮВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ

Сучасна економіка України повністю перейшла на діяльність у ринкових умовах. Українські підприємства щораз більше інтегруються в світову економіку. Актуальність дослідження бізнес-процесів визначається тим, що сучасні підприємства змушені постійно займатися поліпшенням своєї діяльності. Це вимагає розробки нових технологій і прийомів ведення бізнесу, підвищення якості кінцевих результатів діяльності і, звичайно, впровадження нових, більш ефективних методів управління і організації діяльності підприємств.

Поняття бізнес-процесу можна визначити по-різному:

1) бізнес-процес – це ланцюг логічно пов'язаних, повторюваних дій, у результаті яких використовуються ресурси підприємства для переробки об'єкта (фізично чи віртуально) з метою досягнення певних вимірних результатів або продукції для задоволення внутрішніх чи зовнішніх споживачів;

2) бізнес-процес – це кілька пов'язаних робіт або процедур, які в сукупності реалізують конкретну мету поточної діяльності компанії в рамках існуючої організаційної структури;

3) бізнес-процес – стійка, цілеспрямована сукупність взаємопов'язаних видів діяльності (послідовність робіт), яка за певною технологією перетворює ресурси на продукти (товари, послуги), що представляють цінність для клієнта [1, с. 17].

Головна ідея полягає в тому, що будь-який бізнес-процес має споживача, внутрішнього або зовнішнього. Спираючись на це визначення, можна всі дії всередині організації розглядати або як бізнес-процес, або як його частину.

Грунтуючись на деяких практичних пропозиціях, оптимальність внутрішніх бізнес-процесів промислових підприємств слід оцінювати за такими критеріями:

- тривалість виконання бізнес-процесу або окремих його процедур;
- вартість всього процесу і його процедур;
- ключові показники результативності процесів;
- повнота, адекватність і своєчасність переданої інформації;
- результативність управління інформаційними потоками;
- наявність дублювання функцій;
- надмірність узгоджувальних ланок;
- логічні помилки;
- ступінь участі провідних співробітників у прийнятті рішень;
- розподіл відповідальності за результат виконання бізнес-процесу.

Результатами оптимізації бізнес-процесів є скорочення витрат часу на вирішення типових проблем, зниження витрат виробництва, підвищення якості та швидкості виробництва продуктів, оптимізація методів роботи з клієнтами, зменшення витрат на навчання персоналу, вивільнення робочого часу і коштів для вирішення стратегічних або нестандартних проблем [2, с. 32].

Можна виділити чотири головні принципи оптимізації бізнес-процесів:

1. *Рух від часткового до загального.* Даний принцип спрямований на виявлення окремих недоліків, об'єднання їх в групи й оперативне усунення. При реінжинірингу бізнес-процесів процедура змін відбувається навпаки – від загального до конкретного.

2. *В оптимізації повинна бути основа.* Суть цього принципу полягає в тому, що перед тим як проводити оптимізацію, необхідно чітко виділити наявні бізнес-процеси на підприємстві.

3. *Рішення щодо оптимізації – неоднозначні.* Існує ймовірність того, що усуваючи неоптимальність за одним критерієм, отримується погіршення процесу за іншим критерієм. Найбільшу важливість набуває вміння виявляти такі наслідки, оцінювати переваги і недоліки та робити обґрунтований вибір.

4. *Опір змін.* Неодмінним наслідком оптимізації процесів є посилення експлуатації виконавців, тому явище опору змін, часто навіть неусвідомлюване працівниками, є неминучим.

У сучасній практиці менеджменту використовують різні методи оцінки ефективності бізнес-процесів.

До числа досить поширених можна віднести:

- метод «5S» – метод організації робочого простору;
- метод розробки декількох варіантів бізнес-процесів;
- метод зменшення кількості входів і виходів бізнес-процесів;
- метод узгодження результатів процесу до вимог клієнтів;
- метод паралельного виконання бізнес-процесів;
- метод мінімізації усної інформації;
- метод стандартизації та поліпшення форм збору та передачі інформації;
- метод причинно-наслідкового аналізу;
- метод функціонально-вартісного аналізу та ін.

Дані методи досить очевидні та прозорі, а застосування деяких з них вже на стадії проектування бізнес-процесів багато в чому визначає розвиток бізнесу.

В цілому слід зазначити, аналіз і робота над внутрішніми бізнес-процесами ідея далеко не нова, але, як показує досвід, ще не розроблена з тим ступенем глибини і конкретики на вітчизняному ринку, коли реальне впровадження в життя будь-якого підприємства не викликати проблем.

Література:

1. Елиферов В. Г. *Бизнес-процессы: регламентация и управление* / В. Г. Елиферов. – М. : Инфра-М, 2005. – 319 с.
2. Ямалиев Р. Р. *Оптимизация бизнес-процессов: интеграция и управление* / Р. Р. Ямалиев, Р. Ш. Зайнуллин // *Economies*. – 2016. – № 6 (15). – С. 31-35.

МИХАЙЛИЧЕНКО А.О.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент В.В. Ковальов

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

У сучасних умовах ведення бізнесу ділова активність є важливим фактором комерційного успіху та визначальною характеристикою положення підприємства на ринку.

За економічним змістом ділову активність підприємства розглядають як у широкому, так і вузькому значеннях. У широкому розумінні вона означає весь спектр зусиль підприємства для просування на ринках продукції, праці, капіталу. У вузькому розумінні – це поточна виробнича і комерційна діяльність підприємства [1].

В Україні термін «ділова активність» з'явився в 90-х роках минулого століття в умовах підприємницького буму, що виник після розпаду Радянського Союзу. З того часу бізнес-середовище суттєво змінилося, що вимагає від підприємця активної участі в економічних процесах задля запобігання банкрутства.

Думки науковців розходяться щодо визначення поняття «ділова активність». Так, деякі науковці (О. І. Дедіков, Т. Л. Костенко, В. С. Рижиков) виділяють лише фінансовий аспект ділової активності господарюючого суб'єкта. Зокрема, Н. І. Власюк зазначає, що ділова активність тісно пов'язана, насамперед, з ефективністю формування та залучення фінансових ресурсів, якими володіє підприємство [2]. На нашу думку, такий підхід є дещо обмеженим, тому що не враховує маркетингову та виробничу складові діяльності суб'єкта господарювання.

Інша група науковців (О. О. Кухарева, В. В. Ковалев, И. Ансофф) розглядає ділову активність як комплексну характеристику підприємницької діяльності [3]. Ми приєднуємося до цієї групи науковців, зазначаючи, в свою чергу, що ділова активність – це комплексна характеристика, яка визначає рівень досягнення підприємством основних цілей його діяльності: збільшення попиту на продукцію, підвищення конкурентоспроможності товару, що виробляється та розширення ринку збуту.

Серед наукових праць часто зустрічається думка, що поняття «ділова активність» пов'язане з динамічністю господарських процесів [4]. Однак, ділова активність не тотожна динамічності господарської діяльності, оскільки активність характеризується не лише швидкістю, але і досягненням запланованих результатів. Таким чином, ділова активність може розглядатися і як характеристика

економічних процесів з точки зору інтенсивності їх здійснення, і як результативність господарської діяльності за певний період.

Все це підтверджує складність універсального формулювання ділової активності підприємства, бо повинна враховуватись характеристика переваг суб'єкта господарювання, його здатність до розвитку за усіма видами діяльності, можливість ефективного функціонування і досягнення цілей власників.

Проаналізувавши наявні підходи щодо трактування поняття «ділова активність» можна зробити висновок, що погляди науковців дуже різні і універсального визначення не існує. Існуючі точки зору щодо визначення терміну «ділова активність підприємства» здебільшого спрямовані на ефективність використання ресурсів підприємства та визначають можливості його потенційного розвитку.

Таким чином, підводячи підсумок, варто зазначити, що ділова активність є визначальною складовою розвитку будь-якого підприємства в сучасних умовах господарювання. Незважаючи на відсутність універсальної дефініції терміну «ділова активність», беззаперечним є її всеохоплюючий характер. Підвищення рівня ділової активності – основне завдання кожного господарюючого суб'єкта в країні з ринковою економікою, до складу яких належить і Україна. Саме тому, питання підвищення рівня ділової активності є сьогодні надзвичайно актуальним.

Література:

1. Антипенко С. Ю. Аналіз теоретичних аспектів ділової активності підприємства та існуючих підходів до її оцінювання / С. Ю. Антипенко, С. М. Ногіна, Ю. С. Піддубна // *Сталій розвиток економіки*. – 2013. – №3. – С. 76-80.
2. Гарасюк О.А. Проблеми щодо сутності поняття «ділова активність підприємства» / О.А. Гарасюк, М.Ю. Ігнатенко // *Вісник КТУ*. – 2010. – № 22. – С. 63–69.
3. Мешкова Н.Л. Економічна сутність ділової активності промислового підприємства / Н.Л. Мешкова // *Вісник економічної науки України*. – 2013. – № 1. – С. 105–108.
4. Співак Ю. Ділова активність як важливий показник діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://naub.ua.edu.ua/2014/dilova-aktyvnist-yak-vazhlyvyj-pokaznyk-diyalnosti-pidpryjemstva/>.

МОРОЗ І.,

магістр Навчально-наукового професійно-педагогічного інституту
Української інженерно-педагогічної академії, м. Бахмут

Науковий керівник: доцент, к.е.н. О.А. Атаєва

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ, ЯК ЗАСІБ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ У МАШИНОБУДІВНІЙ ГАЛУЗІ

Теоретичною базою досліджень стало визначення наукових підходів до оцінки параметрів ефективного використання трудових ресурсів і ефективності як джерела забезпечення соціальних потреб персоналу підприємств у суспільному розвитку людського співтовариства. Тому в дослідженні на прикладі редукторного цеху ЗАТ «НКМЗ» приділяється увага визначенню таких категорій як заробітна плата, її структура, рівень, співвідношення темпів зростання заробітної плати і продуктивності праці персоналу.

Саме умови ринкової економіки вимагають від підприємств підвищення ефективності виробництва, конкурентоспроможності продукції, робіт і послуг на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу, ефективних форм господарювання і управління виробництвом, активізації виробництва, ініціативи і т.п. [1].

Зокрема, в використанні зазначених теоретичних настанов було визначено вихідний рівень і темпи зростання соціально-економічних показників в галузі енергетичного машинобудування в період 2017-2018 рр.

Визначено, що обсяг виробництва на досліджувальному об'єкті зріс: у виробництві сталі - на 43,8%; сталевого литва - на 46,1%; литва чугунного - на 18,4%; виробництва поковок із зливків - на 47,9%; товарної продукції - на 27,6%; реалізованої продукції - на 12,6%; середньомісячної зарплати - на 21,7%; продуктивності праці - на 39%; при зниженні чисельності персоналу - на 8,7%.

Саме аналіз показників структури персоналу свідчить про активізацію процесів оновлення кадрів. Зокрема, на базовому підприємстві оновлення кадрів збільшилось майже у 2 рази, паралельно відбувались і звільнення персоналу, що привело до зростання плинності кадрів. Аналіз виявив, що головною причиною плинності стало незадоволення зарплатою і організацією виробничого процесу, відсутність ритмічності у процесі виробництва.

У роботі підприємства спостерігається порушення ритмічності процесу виробництва, яке призводить до перевантаженості і встановлення граничних термінів використання робіт.

Статистичний аналіз свідчить, що вироблення залежить в значній мірі від коефіцієнту плинності персоналу за лінійним законом. Еластичність моделі визнана як негативна, через що підвищення коефіцієнту плинності на 1% призводить до зниження вироблення на 7,9%.

Аналіз фонду заробітної плати виявив у 2018р. його зростання на 11,8%, та зміни розкладу його складових. Зокрема основна заробітна плата у 2018р. склала 18153 тис. грн., що на 1259 тис. грн. більше, ніж у 2017р. Підприємство ввело додаткові заохочувальні і компенсаційні виплати. При цьому тарифна частина ФОП склала найбільшу частку – 84%, що позитивно визнано, як соціальний процес.

В цілому по підприємству річне вироблення у 2018р. порівняно з 2016р. збільшилось на 3,7 т/особа, тобто на 58%. Згідно до цього темпи зростання заробітної плати в 2018р. порівняно з 2017р. склали 1,21%; по виробленню – 1,5%. Через що темпи продуктивності праці порівняно з зростанням заробітної плати призвели до економії грошових коштів на оплату праці в 2018р. в сумі 2236 тис. грн., які стало можливим спрямувати на утворення фонду заохочувальних виплат одноразового характеру, що позитивно впливає на змінення плинності кадрів.

Ця ситуація дозволила підприємству використати ряд таких заходів матеріального заохочення до праці, як:

1. Застосування преміювальних винагород кращім працівникам помісячно в цехах, спрямованих на зростання зацікавленості їх до якісного виконання своїх обов'язків і підвищення продуктивності праці.

2. Встановлено премії за новаторство. Очікувальний ефект виявляється в прояві ініціативи з боку працівників та бажанні реалізувати свої творчі можливості на підприємстві.

3. Введення щорічних премій за стаж роботи на підприємстві. Очікувальний ефект виявляється в зниженні плинності кадрів, формуванні постійного кадрового складу.

В якості нематеріальної мотивації виявляються наступні заходи:

1. Надання можливості першочергової відпустки. Очікуваний ефект - підвищення продуктивності праці, підвищення соціальної активності.

2. Заходи спрямовані на скорочення негативних наслідків монотонної роботи. Очікувальний ефект зниження плинності кадрів внаслідок задоволення організацією робочого місця, підвищення якості продукції та зменшення стомлення працівників.

3. Організація відпочинку дітей і працівників, як, наприклад, організація і часткова оплата групових поїздок на видовищні, пізнавальні і розважальні заходи співробітників і їх дітей в інші місця. Очікувальний ефект - формування відчуття турботи з а їхнє дозвілля з боку керівництва підприємства [2].

Таким чином, управління плинністю кадрів і вдосконалення мотиваційного механізму дозволять підвищити ефективність бізнесу, стати підприємству привабливішим працедавцем на ринку праці.

Література:

1. Акулов М.Г. Економіка праці і соціально трудові відносини : навчальний підручник / М.Г. Акулов, А.В. Драбаніч, Т.В. Євась та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 328 с.

2. Балабанова Л.В. Управління персоналом : підручник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. - К. : ЦНЛ, 2014. – 468 с.

МОХНЕНКО А.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, обліку та підприємництва
Херсонського державного університету

ПЕРЕВОЗОВА І.,

д.е.н., доцент, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Одним з напрямів діяльності підприємства для одержання прибутку є інвестиційна діяльність, зміст якої полягає у капіталовкладенні значних ресурсів для отримання майбутніх вигід.

Практично всі підприємства й організації відчувають фактор обмеженості джерел фінансування поточної і, тим паче, інвестиційної діяльності. Адже, «гроші сьогодні» краще ніж гроші, які будуть отримані в майбутньому, тому що «сьогоднішні» гроші можна вигідно вкласти і мати з них певний дохід у вигляді відсотків» [1, с. 289]. Управлінський облік покликаний сформувати інформаційну систему для прийняття конкретних управлінських рішень щодо інвестування з метою допомоги керівництву у подальшому досягненні стратегічних завдань.

Прийняття управлінського рішення повинно супроводжуватися визначенням і порівнянням показників ефективності інвестиційних витрат з майбутніми прогнозованими грошовими доходами від їх використання, а також оцінкою рівня ризику.

Прийняття управлінського рішення є творчий і відповідальний процес, який включає в себе вибір мети, вивчення альтернатив на основі доступної інформації, вибір критеріїв результативності, оцінка можливих наслідків прийнятого проекту, і насамкінець, формулювання оптимального рішення, що забезпечить максимальний прибуток. На результативність прийнятого рішення впливає якість інформаційного забезпечення як ресурсу – збір, оцінка і підготовка, що формується згідно принципу аналітичності.

В результаті дослідження виявлено можливості застосування аналітично-розрахункових методів та прийомів управлінського обліку, що базуються на науково-практичному підході, з метою прийняття раціональних управлінських рішень в контексті ефективності інвестування коштів у сферу. Такі методи є трудомісткі, і потребують практичного досвіду та сучасних інтегрованих знань. Разом з тим, при прийнятті управлінського рішення не маловажним є «здоровий глузд» і набутий практичний досвід управління.

Висновки полягають у наступному:

1. Рішення щодо інвестування пов'язане з великими витратами грошей і має вплив на економічний потенціал і результати фінансово-господарської діяльності протягом багатьох років, тому помилка при оцінці і прийнятті управлінського рішення спричинить фінансові ризики і втрати.

2. Процес підготовки і прийняття управлінського рішення передбачає вибір з кількох альтернативних варіантів, що забезпечить максимальний прибуток. Розраховані диференційні показники позитивні та допустимі. Водночас, рішення, що буде прийняте, не може бути точним на 100%, адже існує ризик свідомого завищення ефективності інвестиційного проекту, ризик неповного врахування факторів ризику і невизначеності, що може виникнути в процесі використання інвестиційного проекту.

3. Показник NPV і внутрішньої норми прибутку доповнюють один одного і при оцінці підтверджують рішення про прийняття або його відхилення. Якщо б при розрахунках мали місце два прибуткових проекти, доцільно розрахувати індекс прибутковості, який дав би змогу обрати проект з більшою інвестиційною віддачею.

Література:

1. Голов С.Ф. Управлінський облік. – К.: Лібра, 2006. – 704 с.
2. Перевозова І.В. Оцінка ефективності інвестиційних проектів: облікове забезпечення / І.В. Перевозова, С.В. Рудейчук // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. – Кіровоград, 2010. – №18. – С. 29-35.
3. Mokhnenko A. Formation of account of reservoir expenses model / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhailyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – London, 2019. – №23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-224.html>

студент 2 курсу магістратури кафедри економіки і менеджменту
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г. О. Сукрушева

ТЕОРЕТИЧНА СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА»

Сьогодні господарська діяльність ґрунтується на ринкових відносинах. Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є конкуренція. Дослідження проблеми конкуренції та конкурентоспроможності до 90-х років ХХ століття в Україні не займалися через відсутність необхідності, а зараз, в умовах діючої економічної системи та жорсткої конкурентної боротьби, це питання стає дуже актуальним.

Розгляд сутності конкурентоспроможності підприємства є важливим як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників, адже вона є запорукою отримання високого та стабільного прибутку, а також забезпечення життєдіяльності підприємства, його економічної безпеки та стабільного розвитку. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники ставлять перед собою таку мету: задоволення потреб, які існують на ринку, отримання максимального прибутку та збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього та зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції, що виробляється, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання.

Дослідження поняття «конкурентоспроможність підприємства» передбачає з'ясування сутності категорії «конкуренція», оскільки вони тісно взаємопов'язані – про конкурентоспроможність можна говорити тільки при наявності конкуренції між виробниками певної продукції (послуги).

Конкуренція (від лат. *concurrentia* – стикатися, змагатися) – суперництво між товаровиробниками за найбільш сприятливі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукції [1, с.114]. Конкуренція змушує суб'єктів підприємницької діяльності не зупинятися на досягнутому, а постійно самовдосконалюватися, знижувати витрати на виробництво, покращувати якість продукції (послуг), що пропонуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Згідно з Законом України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція (конкуренція) - змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [2].

Щоб забезпечити лідируючу позицію підприємства на ринку, важливим стратегічним завданням є випередження конкурентів у розробці та освоєнні нових товарів, нової технології, нового дизайну, нового рівня витрат виробництва, нових цін, нововведень у системі розподілу і збуту.

Конкурентоспроможність підприємства – це узагальнююче, синтетичне поняття, яке складається під впливом сукупності різних чинників, що впливають на всі сфери господарювання суб'єкта. До цих факторів належать фінансова стійкість, прибутковість підприємства, рівні автоматизації і механізації праці підприємства, доступ до ринку ресурсів та нових технологій, якість вироблених товарів, тощо.

Узагальнюючі аспекти поняття «конкурентоспроможність підприємства»:

1) конкурентоспроможність підприємства є відносним поняттям і, відповідно, може мати різний рівень по відношенню до різних конкурентів;

2) конкурентоспроможність підприємства тим вища, чим кращі його результати на міжнародних (глобальних) ринках;

3) конкурентоспроможність підприємства – це результат ефективної господарської діяльності підприємства за умов конкурентного ринку;

4) конкурентоспроможність підприємства розглядається як комплексна порівняльна характеристика підприємства, що відображає сукупність переваг над конкурентами, гармонійність розвитку підприємства;

5) невід'ємною складовою конкурентоспроможності підприємства на ринку є маркетингова складова, а саме: задоволеність споживачів, позитивний імідж, наявність сильної торговельної марки тощо;

б) в основу конкурентоспроможності підприємства покладена конкурентоспроможність продукції або послуг, яку воно виготовляє або надає, проте ці категорії, хоч і є взаємозв'язаними, але не тотожними [3; 4, с. 248].

З вищевикладеного матеріалу можна зробити висновок про те, що для ефективного функціонування на ринку недостатньо лише оцінювати конкурентоспроможність підприємства і на цій основі приймати певні рішення. Потрібно бути готовим до різних ситуацій на ринку. Саме управління конкурентоспроможністю допоможе підприємству постійно вдосконалюватися та керувати всіма процесами на підприємстві, які забезпечуватимуть його конкурентними перевагами з усіма наслідками, що випливають для успішної діяльності підприємства.

Література:

1. Шериньова З. Є. *Стратегічне управління: Підручник. 2-ге вид., перероб. і доп.* Київ: КНЕУ, 2004. 699 с.
2. Закон України «Про захист економічної конкуренції» від 11 січня 2001 року №2210. – 14 (Редакція від 11.08.2013, підстава 406-18) // *Відомості Верховної Ради України. 2001. № 12. С. 64.*
3. Рубакова О.В. *Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення URL: <http://archive.nbuv.gov.ua>. (дата звернення 15.09.2019р.)*
4. *Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник.* – С.М. Клименко, О.С. Дуброва та ін. Київ: КНЕУ, 2006. 527 с.

ПОНОМАРЕНКО В.І.,

студентка 2 курсу магістратури економіко-правового факультету
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Науковий керівник: к.е.н., доцент Л.М. Івашко

СУЧАСНІ МЕТОДИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА: ПЕРЕВАГИ, НЕДОЛІКИ, ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ

Важлива роль при формуванні стратегії відводиться правильному вибору і використанню інструментів і методів стратегічного управління та розробки стратегії підприємства. У західних країнах добре розроблені методики для вибору перспективних напрямків розвитку підприємства, засновані на використанні стратегічних матриць, зокрема: матриця «Зростання – частка ринку», розроблена Бостонською консультативною групою, а також матриця «Привабливість ринку – позиція компанії», запропонована фірмою «Мак Кінзі», модель Shell / DPM, ADL / LC тощо [1, 2]. Використання стратегічних матриць є варіантом методу портфельного аналізу, заснованого на вивченні різноманітних кількісних і якісних показників, що впливають на результати бізнесу. Застосування цих методів відбувається однаково: зазвичай, будується матриця, на осях якої розміщуються оцінки перспектив розвитку ринку та оцінка конкурентоспроможності підприємства. Визначаються місія, цілі, стратегія та її основні показники. Головна відмінність полягає у застосуванні різних показників. У жодній з моделей не приділяється достатня увага способам реалізації рекомендованих стратегій. Тому не слід розглядати дані моделі як інструмент вирішення практичних завдань, їх слід віднести до аналітичних методів, що дозволяють менеджерам усвідомити суть бізнесу, його сильні і слабкі сторони, а також можливості [2]. Такі моделі важко застосовні для підприємств, оскільки пов'язані зі встановленням суб'єктивних і неточних результатів оцінки різних видів бізнесу. Матриці включають різноманітні якісні показники, які важко піддаються кількісній оцінці, але мають значний вплив на результати бізнесу. На основі таких розпливчастих рекомендацій неможливо вибудувати спільний план дій, що дозволяє прогнозувати кінцевий результат. Тому альтернативними способами аналізу і вибору напрямків діяльності є математичні методи. Для розробки стратегії вони можуть використовуватися в тих випадках, коли запланований процес може бути описаний за допомогою математичної або імітаційної моделі та наявні відповідні набори кількісних даних. Найбільш широке застосування при виборі стратегії підприємства отримали методи математичного програмування та імітаційного моделювання [1]. Методи математичного програмування націлені на вирішення завдань оптимізації. Це визначає ряд їх особливостей. По-перше, розрахунок деякого «оптимального» набору параметрів, що максимізує заданий цільовий критерій, задає досить жорсткі вимоги до структури моделі. По-друге, вони спрямовані на пошук рішення при деяких заданих значеннях параметра. Тому методи математичного програмування є потужним аналітичним інструментом. Однак, на практиці дані

моделі можуть використовуватися лише у стабільних умовах функціонування підприємств або для вирішення тактичних завдань. Проблема стійкості отриманих результатів при дослідженні складних систем нині успішно вирішує імітаційне моделювання. Ідея методу полягає у тому, що на основі опису взаємозв'язків між входами, виходами і підсистемами будується алгоритм, що відображає послідовність зміни станів об'єкта у часі, а потім поведінка досліджуваного об'єкта «програється» на ЕОМ. Це дозволяє виявити вплив різноманітних факторів зовнішнього середовища на систему. Також широке розповсюдження у стратегічному менеджменті отримали методи прогнозування. Це методи, в яких використовується як накопичений у минулому досвід, так і поточні припущення щодо майбутнього з метою його визначення. Серед методів прогнозування виокремлюють експертне прогнозування; функціонально-логічне прогнозування; структурне прогнозування; математичне прогнозування; прогнозування за аналогією [1]. Експертні методи прогнозування засновані на інтуїтивних знаннях про об'єкт прогнозування. Це методи круглого столу, Дельфі, програмного прогнозування, евристичного прогнозування, колективна генерація ідеї тощо. Функціонально-логічне прогнозування дозволяє здійснювати прогнозування діяльності підприємства при мінімальному обсязі інфорції, високій складності об'єкта прогнозування і середовища. Даний метод включає складання прогнозного сценарію і морфологічний аналіз, що дозволяє якісно оцінити ступінь розвитку або тенденції розвитку процесу або явища. Структурне прогнозування використовується при системному і ситуаційному підходах до управління і дозволяє знайти рішення проблеми при збереженні функцій, але зміні структури і (або) значень параметрів об'єкта прогнозування. Найпоширенішим методом даної групи є метод побудови дерева цілей. Математичне прогнозування використовує знання математичних залежностей між параметрами і статистичні дані. Серед математичних методів використовують спектральний і факторний аналізи. Метод прогнозування за аналогією використовується у ситуаціях, коли встановлена, доведена аналогія між об'єктами управління, реакціями зовнішнього й внутрішнього середовища. Цей метод не можна використовувати при прогнозуванні принципово нових об'єктів, процесів, ситуацій. Однак цей ключовий момент часто не враховується менеджерами на практиці. Таким чином, все різноманіття методів, застосовуваних при розробці стратегії підприємства, можна представити трьома основними групами: методи портфельного аналізу, математичні методи та методи прогнозування. Цілком очевидно, що для використання такого широкого інструментарію при розробці стратегії підприємства, першочергово, необхідно визначити, які методи є найбільш прийнятними при формуванні конкретної стратегії для конкретного підприємства за конкретних умов.

Література:

1. Абдуллаев Н.А. *Современные инструменты, методы и технология формирования стратегии развития предприятий. Региональные проблемы преобразования экономики.* 2008. С. 87-102. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/sovremennye-instrumenty-metody-i-tehnologiya-formirovaniya-i-obosnovaniya-strategii-razvitiya-predpriyatiy> (дата звернення: 12.10.19).
2. Шимко О.В., Грибкова С.М. *Стратегія підприємства. Навч.-метод. посібник.* Краматорськ, 2009. 132 с.

Прудська А.С.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор А.С. Мохненко

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Основною метою діяльності підприємств усіх форм власності незалежно від галузевої належності, виду діяльності та інших чинників є отримання доходу у розмірі, достатньому для покриття витрат і подальшого розвитку виробництва. В сучасних умовах зростає роль формування заходів щодо підвищення прибутковості діяльності підприємства. Ретельне вивчення цієї проблеми дозволить вчасно виявляти перспективні шляхи розвитку підприємства.

Прибутковість підприємства є складною та багатогранною економічною категорією, що одночасно характеризує як одержані результати діяльності підприємства, так і можливості отримувати прибуток у майбутньому. Тому під прибутковістю варто розуміти стійке економічне явище, що проявляється як підтверджена здатність підприємства генерувати позитивний фінансовий результат

від здійснення як основної, так і всієї господарської діяльності, який полягає у перевищенні доходу над здійсненими витратами в розмірі, достатньому для ефективного подальшого функціонування [3, с. 25].

Прибутковість підприємства характеризують два показники: прибуток та рентабельність. Рентабельність безпосередньо пов'язана з отриманням прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку, оскільки рентабельність – це відносний показник, тобто рівень прибутковості, що вимірюється в коефіцієнтах або відсотках.

Показники рентабельності є відносними характеристиками фінансових результатів і ефективності діяльності підприємства. Показникам рентабельності, у порівнянні з абсолютними показниками прибутку, притаманні такі переваги, як більш широкі можливості порівняння (співвідношення абсолютних показників прибутку підприємств з різними обсягами діяльності, кількістю персоналу тощо не дає можливості проводити об'єктивну оцінку) та на показники рентабельності в меншій мірі впливають інфляційні процеси [1, с. 148].

Процес накопичення прибутку та збільшення рентабельності відбувається під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього характеру.

Внутрішні фактори впливу - це фактори, які залежать від діяльності підприємства: обсяг діяльності підприємства, стан та ефективність використання ресурсів підприємства, рівень доходів, рівень витрат, ефективність цінової та асортиментної політики.

Зовнішні фактори впливу - це фактори, які не залежать від діяльності підприємства: державне регулювання цін в сучасних умовах на товари, які входять до споживчого кошика, подорожчання послуг інших галузей народного господарства, система оподаткування, зміна нормативних документів по кредитуванню, збільшення облікової ставки за користування кредитними, політика держави по формуванню доходів, відсутність індексації доходів населення залежно від темпів інфляції [2, с. 191].

Для підвищення рівня прибутковості підприємства можуть упроваджувати заходи в такому порядку:

- організаційні (вдосконалення виробничої структури й організаційної структури управління, диверсифікація виробництва, реструктуризація виробництва тощо);
- техніко-технологічні (оновлення техніко-технологічної бази, переозброєння виробництва, вдосконалення виробів, що виробляються);
- економічні важелі та стимули (вдосконалення тарифної системи, форми і системи оплати праці, прискорення оборотності оборотних коштів тощо).

Ці заходи потребують ретельного адміністрування як з боку керівництва підприємства, так і з позиції забезпечення державного регулювання бізнесу.

Отже, для покращення прибутковості господарської діяльності, потрібно, перш за все, розширювати обсяги виробництва та знижувати собівартість продукції; розширювати, орієнтуючись на ринок, асортимент та підвищувати якість продукції, впроваджувати заходи по підвищенню продуктивності праці своїх працівників; доцільно будувати договірні відносини з постачальниками і споживачами; вміло розміщувати отриманий раніше прибуток для досягнення оптимального ефекту та з максимальною віддачею використовувати потенціал, що є в розпорядженні підприємства (у тому числі фінансові ресурси).

Література:

1. Денисенко Л.О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві [Текст] / Л.О.Денисенко, Ю.О. Кучерявенко // Вісник КНУТД. – 2014. – №1. – С. 145-152.
2. Єпіфанова І. Ю. Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності / І. Ю. Єпіфанова, В. С. Гуменюк // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип. 3. – С. 189–192.
3. Семенов Г.А. Економіка підприємства / Г.А. Семенов. – К. : Центр навчальної літератури, 2014. – 324 с.
4. Mokhnenko A. Formation of account of reservoir expenses model / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhailyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – London, 2019. – № 23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-224.html>

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: викладач Т.О. Косякова

ПОНЯТТЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

Для здійснення своєї діяльності підприємства повинні мати необхідні засоби та матеріальні умови. Вони є важливим елементом виробничих сил і визначають їх розвиток.

Основні засоби – матеріальна основа (база) будь-якої підприємницької діяльності. Без них сьогодні не може здійснюватися жоден господарський процес.

В економічній теорії під основними засобами розуміють засоби праці, які використовуються (експлуатуються) на протязі довгого часу, при цьому зберігають свою первинну фізичну (натуральну) форму і переносять свою вартість на виготовлений продукт по частинам на протязі декількох виробничих циклів, по мірі зносу (фізичного і морального). Засоби праці - це те, за допомогою чого робітник впливає на предмет праці з метою отримання бажаного результату. Економічне поняття основних засобів лежить в основі термінів, що використовуються як в бухгалтерському обліку, так і в податковому.

В бухгалтерському обліку під поняттям основні засоби розуміють матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у процесі виробництва або постачання товарів, надання послуг, здавання в оренду іншим особам або для здійснення адміністративних і соціально-культурних функцій, очікуваний строк корисного використання (експлуатації) яких більше одного року (або операційного циклу, якщо він більше за рік).

Об'єкт основних засобів – це закінчений пристрій з усіма пристосуваннями і приладдям до нього або окремий конструктивно відокремлений предмет, що призначений для виконання певних самостійних функцій, чи відокремлений комплекс конструктивно з'єднаних предметів одного або різного призначення, що мають для їх обслуговування загальні пристосування, приладдя, керування та єдиний фундамент, унаслідок чого кожен предмет може виконувати свої функції, а комплекс - певну роботу тільки в складі комплексу, а не самостійно.

Якщо один об'єкт основних засобів складається з частин, які мають різний строк корисного використання (експлуатації), то кожна з цих частин може визначитися в бухгалтерському обліку як окремий предмет основних засобів.

Об'єкт основних засобів визначається активом, якщо існує ймовірність того, що підприємство отримає в майбутньому економічні вигоди від його використання та вартість його може бути достовірно визначена [1].

Одиницею обліку основних засобів є об'єкт основних засобів.

В податковому обліку під поняттям основні фонди розуміють матеріальні цінності, які використовуються в господарській діяльності платника податків протягом періоду, що перевищує 365 календарних днів з дати введення в експлуатацію, і вартість яких поступово зменшується у зв'язку з фізичним або моральним зносом.

При організації обліку основних засобів в Україні підприємства керуються Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" та іншими законодавчими документами.

Основними задачами обліку основних засобів є:

1. Контроль за зберіганням основних засобів.
2. Своєчасне, правильне документальне оформлення відображення в обліку надходження основних засобів (фондів), їх внутрішнього переміщення, ефективного використання, вибуття.
3. Своєчасне (щомісячне) відображення в обліку зносу (амортизації) основних засобів.
4. Відображення в обліку витрат на ремонт основних засобів.
5. Визначення результатів від ліквідації, а також збитків від списування не повністю амортизованих об'єктів основних засобів.
6. Виявлення зайвих та морально застарілих основних засобів.
7. Оперативне забезпечення необхідною інформацією керівництва підприємства про стан основних засобів.
8. Контроль за ефективним використанням основних засобів.

Основні засоби є основою будь-якої підприємницької діяльності, вони є основною частиною активів підприємства. Тому облік основних засобів є одним з найважливіших етапів в роботі бухгалтера, так як від цього залежить існування підприємства в цілому.

Література:

1. Бутинець Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік / Ф.Ф. Бутинець, Т.В. Давидюк, Н.М. Малюга, Л.В. Чижевська. – Житомир: Рута, 2002. – 480 с.
2. Mokhnenko A. Formation of account of reservoir expenses model / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhailyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – London, 2019. – № 23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-224.html>

ПУЗАНОВА Я.А.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Е.В. Мельникова

УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ В ПРОЦЕСІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Для здійснення господарської діяльності будь-яке підприємство потребує власних джерел фінансування або повинно мати економічні ресурси, які називаються активами.

Власний капітал – це загальна вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності та використовуються ним для формування його активів.

Власний капітал відображається в балансі одночасно з відображенням активів або зобов'язань, які призводять до його зміни. Власний капітал включає такі основні елементи:

- статутний капітал;
- пайовий капітал;
- додатковий вкладений капітал;
- інший додатковий капітал;
- резервний капітал;
- нерозподілений прибуток (непокритий збиток).

Капіталу притаманні наступні характеристики:

- він є основним фактором виробництва;
- характеризує фінансові ресурси підприємства, що приносять прибуток;
- є головним джерелом формування добробуту власників;
- є головним показником ринкової вартості підприємства;
- його динаміка є важливим барометром рівня ефективності діяльності підприємства.

Формування власного капіталу підприємства підпорядковане двом основним цілям:

1. Формуванню за рахунок власного капіталу необхідного обсягу необоротних активів. Суму власного капіталу підприємства, авансовану у різні види його необоротних активів (основні засоби; нематеріальні активи; незавершене будівництво; довгострокові фінансові інвестиції й ін.), характеризують терміном власний основний капітал.

2. Формуванню за рахунок власного капіталу певного обсягу оборотних активів. Суму власного капіталу, авансовану у різні види його оборотних активів (запаси сировини, матеріалів і напівфабрикатів; обсяг незавершеного виробництва; запаси готової продукції; поточну дебіторську заборгованість; грошові активи й ін.), характеризують терміном власний оборотний капітал.

Основу формування власних внутрішніх фінансових ресурсів підприємства складає балансовий прибуток. Він представляє собою суму таких видів прибутку підприємства:

- прибутку від реалізації продукції (або операційного прибутку);
- прибутку від реалізації майна; - прибутку від позареалізаційних операцій.

Серед цих видів головну роль відіграє операційний прибуток, частка якого на сьогодні складає 90-95 % загальної суми балансового прибутку. Тому управління формуванням прибутку підприємства розглядають зазвичай як управління формуванням операційного прибутку.

Основною метою управління формуванням операційного прибутку є вияв основних факторів, які впливають на його обсяг, і пошук резервів збільшення його суми.

Література:

1. Куц Л.Л. Капітал підприємства: формування та використання / Л.Л. Куц. – Тернопіль, ТНЕУ, 2012. – 114с.
2. Mokhnenko A. Formation of account of reservoir expenses model / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhaulyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // Academy of Accounting and Financial Studies Journal. – London, 2019. – № 23. – Special Issue 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-224.html>

РЯБЧЕНКО В.,студентка I курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету*Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач А.В.Чмут***СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ВАЛОВИЙ
ВНУТРІШНІЙ ПРОДУКТ»**

Нині дуже багато показників виміру економічного розвитку країн, проте основним показником на макрорівні все ж таки залишається валовий внутрішній продукт (ВВП), який характеризує сукупну ринкову вартість кінцевих товарів та послуг, вироблених підприємствами, організаціями та установами в поточному періоді на економічній території країни.

Показник ВВП характеризує можливості економіки щодо забезпечення добробуту суспільства в трьох аспектах: ефективності розподілу виробництва на продукти проміжного та кінцевого призначення; структури кінцевого попиту (споживання, нагромадження, зовнішньоторговельне сальдо); первинних доходів. ВВП є також основою вимірювання структури виробництва, міжнародних порівнянь якості життя, оцінки дефіциту державного бюджету, грошової емісії та ін. Головною особливістю ВВП є те, що він охоплює вартість тільки тих товарів і послуг, які вироблені на території даної країни.

Таблиця 1.

Визначення поняття «Валовий внутрішній продукт» з позиції різних авторів

Автор	Визначення
Моторина Р. [5, с. 362]	Сукупна ринкова вартість кінцевих товарів та послуг, вироблених підприємствами, організаціями та установами в поточному періоді на економічній території країни.
Клівіденко Л.М. с. 804 [2, с. 804]	Кінцева ринкова вартість усіх товарів та послуг, які вироблені на території країни в усіх галузях економіки за рік для споживання, експорту і накопичення, не залежно від національної приналежності використаних факторів виробництва.
Макконнелл К.Р., Брю С.Л. [3, с. 388]	Загальна ринкова вартість усіх готових товарів і послуг, вироблених на території країни протягом року.
Бритченко І.Г. [7, с. 224]	Охоплює вартість усіх кінцевих товарів і послуг за допомогою факторів виробництва, незалежно від того, кому ці ресурси належать.
Скорук О. [8, с. 130]	Ринкова вартість усіх кінцевих товарів і послуг, вироблених усередині країни за певний період часу (наприклад, за місяць чи рік).
Держкомстат України [6]	Вартість усіх товарів та послуг у ринкових цінах, створених на економічній території країни за той чи інший період, за винятком вартості їхнього проміжного споживання.
Мінекономіки [4]	Сукупна вартість усіх товарів та послуг, створених на економічній території країни за певний проміжок часу рік з метою їх кінцевого використання.
Гайдуцький А. [1]	Макроекономічний показник, що відображає ринкову вартість всіх кінцевих товарів і послуг (тобто призначених для безпосереднього вживання), вироблених за рік у всіх галузях економіки на території держави для вжитку, експорту і накопичення, незалежно від національної приналежності використаних чинників виробництва.

Аналізуючи попередні терміни можна визначити, що розглянувши суть явища більшість авторів вважають, що валовий внутрішній продукт це кінцева ринкова вартість усіх товарів та послуг. Питанням оцінки динаміки ВВП та його розвитку досліджуються в наукових роботах багатьох вчених, зокрема Скорук О., Гайдуцький А., Бритченко І., Клівіденко Л., Моторина Р.

Переважає більшість сучасних економістів відстоюють позицію, що будь-яка суспільна корисна праця є продуктивною працею, оскільки створює національне багатство безпосередньо або опосередковано, а також сприяє підвищенню добробуту людей. Отже, національний продукт створюється в усіх галузях та сферах економічної діяльності.

Література:

1. Гайдуцький А. Як Україні поповнити ВВП? І яким шляхом піти країні? URL: http://gazeta.dt.ua/finances/yak-ukrayinipodvooyiti-vvr-i-yakim-shlyahom-piti-krayini-_html.
2. Клівіденко Л. М. Сучасні проблеми дослідження макроекономічних показників у контексті розвитку економіки / Л. М. Клівіденко, А. О. Русятинська // Гроші, фінанси і кредит. – 2016. – Вип. 10. – С. 804
3. Макконнелл К. Р., Брю С.Л. Економікс: принципи, проблеми і політика. - М.: Республіка, 1992. - Т. 2. - С. 388. - ISBN 5-250-01486-0. Архівна копія від 6 вересня 2017 на Wayback Machine
4. Мінекономіки (з 2005 р.): Наказ, Рекомендації, Перелік від 26.12.2008 № 916
5. Моторина Р. Економічна статистика: навчальний посібник. Київ, 2005. С. 362
6. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо квартальних розрахунків валового внутрішнього продукту виробничим методом. Держкомстат України; Наказ, Рекомендації від 14.01.2005 № 13
7. Бритченко І.Г. Закономірності і перспективи розвитку малого підприємництва в структурі національної інноваційної системи України. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. С.224
8. Скорук О. Тіньова економіка: сутність, причини виникнення та шляхи подолання. Економіка і суспільство. 2017. № 11. С. 130

САКУНДЯК А.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: викладач Т.О. Косякова

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ВЛАСНОГО ВИРОБНИЦТВА

В сучасний період принципово змінилось концептуальне поняття суті бухгалтерського обліку, яке направлене на забезпечення обліковою інформацією не абстрактного користувача, а на задоволення специфічних потреб конкретних користувачів: зовнішніх (кредиторів і ін.) та внутрішніх (керівників різних рівнів управління). Переорганізація завдань та функцій бухгалтерського обліку повинна здійснюватись з однієї сторони, в інтересах зовнішніх споживачів інформації, з іншої сторони необхідно враховувати інтереси і внутрішніх споживачів облікової інформації, що містяться в наявності ефективного механізму рішення проблем, які виникають перед підприємством та впровадження для цього управлінської бухгалтерії, робочого плану рахунків, відповідної методології організації обліку, контролю та аналізу витрат по місцях виникнення і центрах відповідальності.

Собівартість товару була і залишається важливою економічною категорією, яка характеризує результати діяльності підприємства та його рентабельність. В умовах переходу України до ринкових відносин вона придбала особливу актуальність.

Важливою умовою успішної діяльності підприємства є досягнення оптимального рівня витрат на виробництво внаслідок чого зросте конкурентоспроможність продукції, стане реальним досягненням довгострокового економічного зростання підприємства.

Одним із методів та шляхів удосконалення обліку, та облікової політики підприємства є удосконалення управлінського обліку. А саме головна увага, в управлінні обліку повинна приділятися управлінню затратами, як єдиного цілісного процесу, який визначатиме політику підприємства.

Помітну увагу необхідно приділити плануванню скорочення собівартості продукції по техніко-економічним факторам, що дозволять визначити вплив на затрати заходів по підвищенню науково-технічного рівня. Удосконалити нормування матеріальних і трудових затрат на виробництві на основі більш широкого впровадження нормативного обліку затрат на виробництво і його елементів. При цьому особливу увагу приділити пошуку можливостей оперативного виявлення відхилень від діючих норм.

Необхідно покращити методи економічного аналізу собівартості продукції, впровадити методику комплексного аналізу затрат на виробництво і собівартість продукції.

Управлінський облік на підприємстві організовується з метою виконання наступних функцій:

- інформаційної;
- комунікаційної;
- контрольної;
- прогнозної.

Управлінський облік на підприємстві необхідно направляти не лише на зниження собівартості, і правильності віднесення затрат на виробництво, а й помітну увагу приділити способам реалізації

(збуту) продукції підприємства. Аналіз рентабельності продажів продукції показав, що рентабельність продажів підприємства значно знизилась, адже від кількості реалізованої продукції залежить прибуток, який отримує підприємство від реалізації продукції. Тому підприємству для покращення збуту своєї продукції необхідно вирішити проблему збуту, яку вирішують уже на стадії розробки загальної політики підприємств. Де мова йде про вибір найефективнішої системи каналів та методів збуту щодо конкретно визначених ринків. Це означає, що виробництво продукції з самого початку зорієнтоване на конкретні форми та методи збуту і найсприятливіші умови. Тому розробляючи збутову політику, необхідно мати за мету визначення оптимальних напрямків та наявних коштів необхідних для забезпечення найвищої ефективності процесу реалізації продукції.

Не дивлячись на те, що сфера впливу управлінського обліку значно ширша ніж лише облік, дослідження питань пов'язаних з методологією управлінського обліку, можна розглядати через призму організації системи бухгалтерського обліку, так як саме в цій системі створюється основна інформація про затрати і результати, що є одночасно базою системи управління обліку.

Отже, вдосконалення управлінського обліку на підприємстві дасть можливість в подальшому не допускати тих помилок в обліку, які були виявлені під час перевірки готової продукції на підприємстві та підприємства в цілому, та покращити фінансове становище підприємства за рахунок зниження собівартості продукції та збільшення обсягів реалізації.

Література:

1. Матвеев О.О. Економіка підприємства / О.О. Матвеев – К.: Либідь, 2015. – 346 с.
2. Мохненко А.С. Економічна сутність конкуренції і конкурентоспроможності / А.С. Мохненко // Таврійський науковий вісник. – Херсон, 2010. – № 68. – С. 165-171.

СЄДНЄВА А.,

магістр Навчально-наукового професійно-педагогічного інституту
Української інженерно-педагогічної академії, м. Бахмут

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.А. Атаєва

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Соціально спрямована перебудова економіки України на ринковій основі вимагає подальшого розвитку і стимулювання ефективного використання трудового потенціалу. Саме його активне функціонування на різних рівнях управління економікою забезпечує ефективне використання виробничих ресурсів, прибуткове конкурентоздатне господарювання.

Все це вимагає нових підходів до визначення мети і шляхів економічної стратегії, розробки наукових положень про розвиток, стимулювання і ефективне використання трудового потенціалу в регіонах і на підприємствах, де спостерігається суперечливий характер його функціонування.

Підвищення ефективності використання трудового потенціалу, як відомо з економічної літератури, виявляється однією з основних засад економічного успіху роботи промислових підприємств. Прикладом підтвердження цієї тези стала діяльність солекопальні «Артемсіль» у період 2017-2018 рр., який підтверджує актуальність наступної теми відносно визначеної ролі трудового потенціалу у ефективній роботі персоналу.

Тому і метою дослідження стало визначення заходів підвищення ефективності використання персоналу як елементу трудового потенціалу підприємства. Відповідно вирішуємо наступні завдання: визначено науково-методичні засади дослідження ефективності використання персоналу підприємства;

досліджено існуючий стан використання персоналу та його динаміку;

досліджено динаміку продуктивності та оплати праці, виявлено невикористані резерви зростання продуктивності праці працівників методом факторного аналізу;

започатковано напрями зростання ефективності використання персоналу;

економічно обґрунтовано заходи з підвищення ефективності використання персоналу.

В теоретичному напрямі визначено класифікацію чинників використання трудового потенціалу, за показниками використання робочого часу, суспільного розподілу праці, елементів управління, та ін., що дало можливість виявляти ступень і якість використання трудового потенціалу та рівня

продуктивності праці. Зокрема, виявлено зростання у період 2017-2018рр. економічних показників у відсотках: прибутку від реалізації продукції - 19,3; виручки від реалізації - 15,4; фонду оплати праці - 14,7; середньомісячної зарплати - 14,7; чисельності персоналу - 0,4; продуктивної праці - 21,8; заробітної плати - 1,31.

Також виявлено, що зміна структури заробітної плати відбувалось у напрямі зростання змінної частини фонду до 66,7%, що визначило переважну економічну роль у виробництві виробничих робітників і ІТР, що спотворювало зростання прибутку на 27,9%.

Отже, ефективність використання трудового потенціалу на підприємстві визначена зміною продуктивності праці як результативного показника роботи підприємства.

Відповідно в роботі запропоновано заходи з підвищення ефективності виробництва, до яких віднесено:

модернізацію обладнання та впровадження прогресивної технології;

систему матеріального заохочення працівників за показниками використання персоналу.

Розрахунки свідчать про можливість підвищити обсяг виробництва з 44250 тис. грн. до 123900 тис. грн. і змогу знизити трудомісткість робіт.

Запропоновані заходи спрямовані на досягнення не лише зростання показників ефективного використання персоналу, а і, що головне, досягнення соціальних перетворень у вигляді зростання заробітної плати та стимулювання виробництва за рахунок покращення умов праці.

Література:

1. *Аналіз господарської діяльності підприємства : 4-е видавництво, перероб. і доповнене.* / Г.В. Савицька. - Мінськ: ТОВ «Нове знання», 2000. - 688 с.

2. *Бухгалтерський управлінський облік : навч. посібник* / Ф.Ф. Бутінець, Л.В. Чижевський, Н.В. Герасимчук. – Житомир: ЖІТІ, 2010. - 448 с.

3. *Економіка підприємства : навчальний посібник.* / І.О. Семеренкова, Н.В. Мешкова-Кравченко. - Херсон: «Олді-Плюс», 2013. - 312 с.

СИНЯКОВА К.М.

доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Херсонський державний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В УКРАЇНІ

На початку ХХІ століття в науковій літературі в науковій літературі економіка постіндустріального суспільства все частіше почала характеризуватись як креативна економіка. Сам термін вперше був введений в оборот в 2000 р. журналом «Business Week» [1]. На сьогоднішній день в економічній літературі існує різноманітна кількість підходів до трактування цього поняття. Один з перших дослідників креативної економіки Дж. Хокінс визначав її як Систему специфічних соціально-економічних відносин між економікою і творчим підходом до її розвитку та удосконалення, що призводить до становлення нового креативного сектору постіндустріальної економіки, в основі якого лежить інтенсивне використання творчих та інтелектуальних ресурсів [2]. Подальші десятиріччя розвитку даного поняття дає можливість характеризувати креативну економіку як концепцію постіндустріальної економіки, механізмом функціонування якої є система специфічних соціально-економічних відносин з приводу виробництва розподілу та споживання благ, що базуються на використанні в якості факторів виробництва інтелектуального капіталу, креативного потенціалу та таланту породжувати нові оригінальні ідеї, в результаті чого створюється інноваційний продукт (товар або послуга наділені економічною цінністю), або приймаються якісно нові рішення з метою забезпечення потреб суспільства [3]. Основою розвитку креативної економіки є потенціал креативних індустрій. Саме креативні індустрії стали важливим джерелом пошуку конкурентних переваг країн на світовому ринку у ХХІ столітті, та рушійною силою їх економічного росту [4]. З урахуванням даних тенденцій дослідження питань функціонування та розвитку креативних індустрій в країнах що займають лікуючі позиції на світовому ринку креативних товарів і послуг є важливою базою аналізу для України на тлі переходу від індустріальної економіки до креативної.

Одним із проблемних питань порівняльного аналізу креативних індустрій країн світу є різні підходи до їх класифікації.

ЮНЕСКО визначив креативні індустрії як індустрії, метою яких є "створення, виробництво і комерціалізацію творчих (креативного) змістів, які є нематеріальними і культурними за своєю природою. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і вони можуть набрати форми продукту чи послуги" [5]. Британський департамент культури медіа та спорту визначає креативні індустрії як: «такі індустрії, які походять з індивідуальної креативності, вміння і таланту, і які мають потенціал до багатства і створення робочих місць через генерування та використання інтелектуальної власності» [6].

Україна так само, як і інші європейські країни є активним учасником міжнародної торгівлі креативними товарами. Дослідження UNCTAD за аналізовані десять років приводить данні про збільшення експорту товарів креативних індустрій України з 238,7 млн. дол. США до 768,3 млн. дол. США. Відповідно до класифікації UNCTAD найбільше експортувались з України креативні товари з категорії «дизайн», «видавництво», «прикладне мистецтво». Основними ринками креативних товарів України були Європа (78%) та Азія (22%). Серед найбільших експортних партнерів для креативних товарів були Російська Федерація, Казахстан, Білорусь, Данія, Азербайджан, Німеччина, Республіка Молдова, Італія, Узбекистан і Грузія. Україна мала торговельний дефіцит з Італією та Німеччиною. Творчі послуги і експорт становили 2,069 млрд. дол. США

Література:

1. *The Creative Economy. Business Week .Special double issue: The 21st century corporation, 28 august 2010, P. 1-5.*
2. *Хокинс Д. Креативная экономика: как превратить идеи в деньги. М.: Классика-XXI, 2011. 370 с.*
3. *Ушкаренко Ю.В., Чмут А.В., Синякова К.М. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції. Економіка та суспільство. 2018. №18. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/10.pdf (дата звернення: 10.07.2019).*
4. *UNCTAD Creative Economy Outlook. Country Profiles: URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf (дата звернення: 10.07.2019).*

СКИБА А.І.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент К.М. Синякова

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Актуальність вивчення процесу управління зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) полягає у тому, що правильна організація цієї діяльності дає змогу підприємству задовольнити потребу у збільшенні прибутку за допомогою міжнародних замовлень та клієнтів. Забезпечення вигідної співпраці між учасниками міжнародного договору, задовольняючи інтереси кожної сторони – є основним завданням зовнішньоекономічної діяльності.

Найбільший внесок в розробку теорії управління зовнішньоекономічної діяльності зробили такі відомі науковці: Балабанова І.Т., Бахрамова Ю.М., Стровський Л.Є., Машталір Я.П., Дегтярьова О.І., Макогон Ю.В., Кандиба О.М., Беляєва І.В. та ін.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства базується на можливості отримання економічних вигод виходячи з переваг міжнародного поділу праці, міжнародних ділових відносин. Це пов'язано з тим, що виробництво певного товару, його збут або надання певного виду послуг в іншій країні має більше переваг ніж така діяльність всередині країни. Таким чином, ЗЕД здійснюється в тій країні і з тими партнерами, які є найвигіднішими [1].

Ефективне функціонування підприємства, що займається міжнародними контрактами, неможливе без комплексної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю. Саме тому у процесі її формування необхідно враховувати науково-технічні, виробничі, сервісні, інформаційні, кваліфікаційні та експортно-імпорتنі чинники, що впливають на ефективність здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства включає [2]:

– розроблення ринкової стратегії фірм різних видів і форм власності;

– проведення маркетингових досліджень на зовнішньому ринку;
– укладання та виконання міжнародного контракту в комерційній діяльності;
– засоби, кошти і форми платежів міжнародних розрахунках;
– облік зовнішньоекономічних операцій (експорт та імпорт товарів);
– забезпечення транспортування вантажів у зовнішній торгівлі;
– страховий захист вітчизняних та зарубіжних учасників різноманітних форм міжнародного співробітництва.

Тому, для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства, необхідна адекватна до умов його роботи структура управління.

Виділяють 3 групи **методів управління** зовнішньоекономічною діяльністю підприємства [3]:

1. Економічні (митний тариф та митні збори; ціни на експортовані та імпортовані товари; норми прискореної амортизації; ставки надання і одержання кредитів, ставки страхування експортних кредитів, позик; іноземні інвестиції на території України);

2. Адміністративні (ліцензування і квотування товарів; заборона окремих видів експорту та імпорту товарів; застосування спеціальних імпортних процедур та правових режимів; заходи проти недобросовісної конкуренції, розгляд спорів, що виникають у процесі здійснення ЗЕД);

3. Соціально-психологічні (соціальні методи — ґрунтуються на особливостях взаємодії людей, культурних цінностей; психологічні мотиви — з метою гармонізації стосунків працівників фірми і формування сприятливого психологічного клімату).

Вибір методу управління здебільшого залежить від характеру проблеми, що підлягає вирішенню, а також ресурсів, наявних на підприємстві, кваліфікованих менеджерів та умов виробничого процесу. Обов'язково необхідно визначати недоліки та переваги цих методів для підприємства:

Таблиця 1

Переваги та недоліки методів управління ЗЕД*

Група методів	Переваги	Недоліки
Економічні	реалізація потенціалу та збільшення ініціативності персоналу за допомогою матеріального стимулювання; задоволення матеріальних інтересів участі суб'єкта у зовнішньоекономічній діяльності.	залишаються незадоволеними багато потреб, що лежать поза сферою матеріального інтересу, що знижує мотивацію; матеріальна чи фінансова мотивація залежить від органу державного управління; об'єкт управління не можливо змусити діяти однозначно за допомогою методів непрямої дії.
Адміністративні	немає необхідності у великих матеріальних витратах; забезпечують чітку ієрархію повноважень, виконання обов'язків, дотримання дисципліни та правових норм; обумовлюють єдність волі керівництва в досягненні мети.	придушується ініціатива, творча робота; у великих організаціях менеджери не зацікавлені в підвищенні компетентності, тому вона в дефіциті.
Соціально-психологічні	адміністративне завдання перетворюється на свідомий обов'язок; підвищується загальна трудова мотивація; не потребує значних витрат.	результати є важкопрогнозовуваними; не використовуються стимули, що спираються на матеріальні потреби людей;

*Складено автором на основі джерела [3].

Враховуючи усі переваги та недоліки кожного з методів, на практиці менеджери зовнішньоекономічної діяльності використовують задля досягнення ефективного результату наведені вище методи у поєднанні, адже кожен з цих інструментів зосереджується на певному вузькому сегменті управлінського процесу.

Отже, ефективне функціонування підприємства, що займається міжнародними контрактами, неможливе без комплексної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю, яка має бути адекватна до умов його роботи та адаптованою до змін у зовнішньому середовищі

Управління ЗЕД має певні специфічні завдання, цілі та методи, грамотне виконання і застосування яких безпосередньо впливає на прибуток підприємства, а також на його конкурентоспроможність на світовому ринку.

Література:

1. Кириченко О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / О. Кириченко. – К.: Фінансист, 2013. – 634 с.

2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – С.99

3. Кравченко В.Л. Внешнеэкономическая деятельность: организация, управление, прогнозирование/ Кравченко В.Л., Макогон Ю.В. — Донецк: Донеччина, 2015. — 496.

4. Вівчар О.І. Основні аспекти підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств / Оксана Вівчар // Галицький економічний вісник. — 2015. — № 2. — С. 24—30.

5. Кравченко В.Л. Внешнеэкономическая деятельность: организация, управление, прогнозирование/ Кравченко В.Л., Макогон Ю.В. — Донецк: Донеччина, 2015. — 496.

Слпко С.Г.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки та підприємництва
Університету економіки та права «КРОК»

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.Г. Чумаченко

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РИНКУ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ

Злиття та поглинання – один із процесів ринкової трансформації бізнесу, що заслуговує постійної уваги як практиків так і теоретиків в їх системній взаємодії.

Злиття та поглинання (M&A) визначається як консолідація компаній. Диференціюють два терміни, злиття - це поєднання двох компаній, щоб утворити одну, тоді як поглинання - одна компанія, яка переходить у володіння до іншої. M&A - один із основних аспектів корпоративного фінансування. Як правило, логіка M&A аргументується тим, що дві окремі компанії разом створюють більший синергійний ефект ніж індивідуальна позиція.

Залежно від характеру злиття (інтеграції) виділяють наступні види злиття компаній: горизонтальне, вертикальне, паралельне, конгломератне (кругове) та реорганізацію компаній.

Досліджуючи ринок України ми дійшли наступних висновків: у 2018 році кількість угод на ринку M & A в Україні зросла на 19% - до 80 угод; при цьому їх сукупна вартість перевищила \$ 1800 млн, що на 78% вище показника попереднього року.

Іноземні інвестори демонструють зростаючий інтерес до України. Так, протягом 2018 іноземними інвесторами було укладено близько третини угод (25 угод), що на 47% більше ніж у 2017 році. Сукупний обсяг іноземних інвестицій в українські компанії склав 508 млн дол. США. Важливим є те, що майже половина всіх іноземних інвесторів в 2018 році є новими гравцями на українському ринку, що свідчить про зростання довіри до української економіки та інвестиційного клімату.

Найбільш активними іноземними інвесторами в Україні були інвестори з Близького Сходу і Європи, на які разом припадає 83% від загальної вартості угод. При цьому, чемпіоном по залученню міжнародних інвестицій став агросектор, на який припало 72% загальної вартості залучених іноземних інвестицій. [1]

Наведемо приклади найбільш резонансних угод 2019 року:

- Згідно з рішенням АМКУ власник мережі ProStor через свою дочірню компанію Ringside Limited придбає акції Giancintoco Holdings Limited. Таким чином він забезпечує собі більше 50% голосів в управлінні компанії. Остання являється одноосібним власником ТОВ Суматра-ЛТД, що в свою чергу володіє мережею Космо, яку розвиває інвестфонд SigmaBleyzer. Сума угоди не розголошується, але припускають близько USD 15 млн. [2]

- Прес-центр Dragon Capital офіційно заявив, що продає свою частку в компанії «Чумак». Покупець – найбільша в Азії агропромислова компанія – Wilmar International. АМКУ надав дозвіл компанії «Flottotrade Limited» на придбання акцій «Crestone Investments Limited» (травень 2019 року). Таким чином покупець забезпечив собі перевищення 50% голосів на керівному рівні компанії. [3]

Найбільш активні галузі для M&A у 2019 році:

- інформаційні технології (ІТ);
- харчове та сільське господарство (агробізнес);
- відновлювана енергетика;
- енергогенеруючі та енергорозподільчі компанії;
- легка промисловість;
- транспорт та інфраструктура;
- фармацевтична промисловість;

- електронна комерція.

Важливими стримуючими факторами на ринку M&A є недостатні інвестиції в розвиток інфраструктурних проєктів та модернізацію логістичних об'єктів: морських портів, залізниць, автомагістралей. Незадовільний технічний стан цих об'єктів знижує інвестиційну привабливість і експортний потенціал всіх секторів економіки, зокрема, для іноземного інвестора.

Тим часом, в період турбулентності на світових ринках Україна має значні можливості для розвитку ринку злиттів і поглинань. В цьому випадку українські компанії можуть отримати не тільки доступну кредитну лінію, що дозволяє фінансувати проєкти капітального будівництва та розвитку бізнесу, а й досвід іноземного інвестора. Це також відкриває доступ до нових технологій і зарубіжних ринків.

Маючи висококваліфіковану і відносно дешеву робочу силу, а також галузі з високим потенціалом і достатньою прибутковістю, Україна могла б активніше залучати кошти іноземних інвесторів на свої ринки. [1]

Література:

1. Угоди M&A в Україні: чи варто очікувати зростання в 2019 [Електронний ресурс] // KPMG. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://home.kpmg/ua/uk/home/media/press-releases/2019/02/ugodi-ma-v-ukraini.html>.
2. PROSTOR КУПИЄ КОСМО ТА ОБГАНЯЄ WATSONS [Електронний ресурс] // M&A Ukraine. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://mergers.com.ua/ua/m-and-a-analysis/news/retail/528-prostor-buys-kosmo>.
3. ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ ТА ВИРОБНИЦТВІ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ [Електронний ресурс] // M&A Ukraine. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://mergers.com.ua/ua/m-and-a-analysis/news/agriculture/525-chumak-dragon-capital>.

СТРЮК О.Л.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки та бізнесу
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного

Науковий керівник: к.е.н., доцент Н.О. Шквиря

ВИЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА СОКОВОЇ ГАЛУЗІ

У сучасних умовах господарювання перед підприємствами з виробництва фруктових та овочевих соків гостро постає проблема економічного зростання, що пов'язано з реалізацією маркетингової стратегії. Ринок споживання соків в Україні значно менше порівняно до середньоєвропейським, що є передумовою збільшення попиту на сік у найближчі роки. Успішна реалізація маркетингової стратегії спрямована на досягнення мети фірми з урахуванням власних можливостей, а також факторів навколишнього середовища. Саме ефективна маркетингова стратегія допоможе підприємству функціонувати у несприятливому зовнішньому середовищі [1].

Метою дослідження є визначення стратегічних напрямів розвитку підприємства ТОВ «Трина», яке спеціалізується на виробництві та реалізації соків.

Стратегічний аналіз підприємства за матрицею Ансоффа свідчить, що із всіх можливих стратегій згідно матриці Ансоффа, більш ефективною буде стратегія більш глибокого проникнення на ринок (старий товар-старий ринок). Ця стратегія передбачає наступні заходи: збільшення обсягів реалізації продукції за рахунок покращення якості продукції, збільшення кількості торгових точок, для розповсюдження даного товару по всій території країни, посилення та удосконалення рекламної кампанії як підприємства, так я продукції, встановлення адекватних цін на товар які би відповідали існуючому ринку, покращення виставлення соків на полицях магазинів, за допомогою мерчендайзенгу, аби з завоювати довіру споживачів, удосконалення упаковки соків, збільшення обсягів як зовнішньої так і внутрішньої реклами даного товару.

За результатами проведення SPACE виявили, що ТОВ «Трина» знаходиться у консервативному стратегічному положенні на ринку соку регіону. Цей стан спостерігається на стабільних ринках з низькими темпами зростання. Підприємство при цьому не має серйозних переваг. Зусилля спрямовані на досягнення фінансової стабільності. Важливим фактором є конкурентоспроможність продукту. Дії спрямовані на зниження собівартості при підвищенні якості продукту, скорочення випуску і вихід на більш перспективні ринки, розширення асортименту продукції.

Виявлено, що найбільш конкурентоздатною продукцією в ТОВ «Грина» є яблучний сік. Сильними сторонами даного виду соку є ефективність цінової політики, ефективність методів просування, рентабельність продаж, гнучкість і можливість адаптації тощо. Найменш конкурентоздатним видом продукції серед аналізованих є томатний сік, для збільшення ефективності його виробництва та реалізації необхідно розробити стратегію розвитку продукту, збільшити фінансування для удосконалення якості.

Графічне представлення матриці McKinsey дозволяє визначити, що для яблучного та томатного соків ефективною буде стратегія розвитку, яка передбачає посилення слабких позицій, пошук сфери, де можливо знайти лідируючі позиції, визначення конкурентних переваг та покращення якості продукції. Для яблучного соку рекомендується стратегія захисту позицій, при якій необхідно концентрація уваги на підтриманні конкурентних переваг, залучення інвестицій та розширення виробництва.

За результатами визначення стратегії розвитку продукції за допомогою методу БКГ можна зробити наступні висновки:

- до категорії «дійні корови» відносяться наступні види продукції: яблучний сік та персиковий сік. Для них характерні високі прибутки, невеликі потреби в інвестуванні, їх ринок збуту зменшується. Найбільш ефективною буде стратегія «збору урожаю» та підтримання конкурентних переваг за допомогою удосконалення упаковки продукції та якості. Даний вид продукції, здатен принести більше прибутку, при розширенні виробництва.

- до категорії «зірки» відноситься томатний сік. Товари «зірки» займають значну частку в структурі товарної продукції, для них характерний високий темп зростання продажів. «Зірка» дає значну частину прибутку, але вимагає великих ресурсів для фінансування зростання частки ринку продукції на ринку. Частку в структурі товарної продукції можна підтримувати або збільшувати за рахунок зниження ціни, зміни продукції і удосконалення комунікаційної політики та розподілу продукції.

- певні проблеми має підприємство і з товарами «собаки» (яблучно-виноградний і гарбузовий соки). Незважаючи на досить тривалу присутність на ринку, їм не вдалося привернути до себе достатню кількість споживачів, і вони суттєво відстають від конкурентів по збуту і структурі витрат. Підприємство, що має такий вид продукції, може спробувати вийти на інший сегмент ринку або отримати прибуток у вигляді ліквідації виробництва даного товару.

Література:

1. Шквиря Н.О. Маркетингове дослідження поведінки споживачів на ринку соків / Н.О. Шквиря, Я. С. Сокіл, // Маркетингова освіта в Україні: зб. матер III Міжн. науково-практ. конф., 12-13 квітня 2016 р. – 2015. – С. 341-349.

2. Шквиря Н.О. Стратегія розробки нового товару на ринку соків / Н.О. Шквиря // Тренди та інновації в сучасній економіці : мат. VII Міжнар. наук.-практ. конференції (23-24 квітня 2015 р., м. Харків). – С.78-84

ТКАЧЕНКО Н.,

магістр Навчально-наукового професійно-педагогічного інституту
Української інженерно-педагогічної академії, м. Бахмут

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.А. Атаєва

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ СТАЛОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток ринкових відносин в Україні суттєво змінює економічне середовище функціонування підприємств. Головною ознакою цього середовища є конкуренція товаровиробників, які набули повної самостійності та відповідальності за результати фінансово-господарської діяльності. Досягнення стійкості, її збереження і зміцнення в подальшому розвитку сприяє підвищенню конкурентоспроможності промислових підприємств на стратегічних часових горизонтах і збільшення їх вкладу в розвиток національної економіки.

Дослідження з зазначеної теми свідчить, що забезпечення стабільного фінансового стану українських промислових підприємств стає важливою умовою їх ефективного функціонування, яке вимірюється платоспроможністю, високою ліквідністю балансу, фінансовою незалежністю і високою результативністю господарювання, а фінансова стійкість забезпечується в довгостроковій перспективі

підприємства за умов досягнення нормативних значень показників ліквідності та платоспроможності і ділової активності [1].

Отже метою роботи стало визначення теоретичної та практичної оцінки фінансової сталості підприємства, його чинників і результату.

Відповідно до цієї мети в ході дослідження вирішувалися такі завдання:

визначення теоретичних положень відносно фінансової сталості підприємства та її забезпечення; виявлення механізму управління фінансовою сталістю підприємства;

на основі аналізу показників фінансового стану: фінансової стійкості підприємства, ліквідності та платоспроможності, ділової активності а також, аналіз та оцінка можливого банкрутства підприємства;

формування та пропозиції щодо покращення фінансового стану підприємства;

заходи щодо стабілізації підприємства в умовах кризової ситуації;

напрямки фінансової стабілізації підприємств на довгостроковий період.

Надто актуальною виявилась необхідність розрахунку інтегрального показника, який узагальнює значення ряду ознак, що описують рівень фінансової стійкості виробництва [2].

До також виявлено на прикладі ТОВ «Колгоспний ринок», що комплексний інтегральний показник оцінки фінансової стійкості у 2018р. склав 1,443, який свідчить про високу фінансову стабільність. Не зважаючи на це виникла потреба здійснювати активну політику щодо управління фінансовими ресурсами. Тому стали потрібні заходи, які підтримують сталий розвиток від існуючого до високого рівня [3].

Зокрема, рівень інтегрального показника від базового до прогнозованого періоду було виявлено за такими значеннями: автономії – 0,8; фінансової залежності – 1,3; забезпеченості запасів – 2,18; витрат за рахунок власних коштів – 2,58; поточної ліквідності та заборгованості -1,48.

Завдяки такому стану показників стало можливим оцінити стан фінансової сталості і прийняти відповідні рішення. Зокрема, встановлено, що існуючий коефіцієнт автономії на рівні 0,8 потребує збільшення власного капіталу на суму 392,76 тис. грн.. шляхом збільшення прибутку за рахунок реінвестування його учасниками.

Встановлено, що коефіцієнт забезпечення запасів та витрат за рахунок власних коштів можливо збільшити за рахунок зменшення запасів на суму 3202,41 тис. грн. та збільшення прибутку за рахунок його реінвестування.

Отже стало можливим збільшити коефіцієнт поточної ліквідності за рахунок скорочення кредитної заборгованості на 1280,45 тис. грн. шляхом надання постійним покупцям товару в кредит за умовою знижки в перші дні реалізації товару, а коефіцієнт заборгованості можливо збільшити за рахунок зниження дебіторської заборгованості на суму 5377,97 тис. грн. Для чого слід налагодити тісний контакт з дебіторами за відомими організаційними формами.

Література:

1. *Аналіз і прогнозування результатів виробничої та фінансової діяльності підприємств, об'єднань, регіону / Прокопенко Н.Д., Білий О.Л., Богачов С.В. та ін. – Донецьк: ІЕП НАН України, 2013. – 111 с.*
2. *Білик М.Д. Сутність и оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України. – № 3. – 2015. – С.117–128.*
3. *Економічний аналіз : навч. посібник / М.А. Болюх, В.В. Бурчевській, М.І. Горбатюк; За ред. Акад. НАНУ, проф. М.Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2011. – 346 с.*

ТКАЧУК А.М.,

аспірант кафедри Міжнародних економічних відносин
Національного університету «Запорізька політехніка»,

Науковий керівник: д.е.н., професор Е. В. Прушківська

РОЗВИТОК ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЗАЙНЯТІСТЬ

У науковій літературі зустрічається теза, що розвиток економіки стимулює зайнятість [1, 2]. Логіка цієї тези виглядає так: активізація господарської діяльності призводить до створення нових підприємств, де формуються нові робочі місця, тим самим скорочується безробіття і зростає зайнятість населення. Проте, у сучасних умовах економічний розвиток національного господарства розглядається через призму активізації високотехнологічного сектору, який, у свою чергу, підвищує автоматизацію

виробничих процесів. У результаті збільшується продуктивність праці робітників, та відбувається вивільнення надлишкової робочої сили, тобто кількість робочих місць скорочується. Тож, актуальною сьогодні стає проблема усунення протиріччя між розвитком високотехнологічного сектору економіки та підвищенням рівня зайнятості в усіх країнах світу.

Перш ніж перейти до вирішення окресленої проблеми, слід визначити, що являє собою високотехнологічний сектор економіки, його розвиток та напрями.

На нашу думку, високотехнологічний сектор економіки – це частина національного господарства, яка поєднує сфери високотехнологічного матеріального виробництва та надання високотехнологічних (знаннєємних) послуг, що характеризуються, порівняно з іншими, більшими витратами на дослідження та розробки в кінцевій або доданій вартості, залученням у виробництво висококваліфікованих кадрів, а також застосуванням передових технологій, що спрямовуються на випуск нових товарів чи створення процесів, застосування яких дозволить покращити економічну ефективність та конкурентні позиції країни.

Відповідно, розвиток високотехнологічного сектору економіки представляє собою сукупність кількісних та якісних змін у сферах високотехнологічного матеріального виробництва та надання високотехнологічних (знаннєємних) послуг, що забезпечують зрушення у його структурі і складі, та призводять до зниження матеріало- та енергоємності національного господарства, зростання продуктивності праці і, відповідно, підвищення конкурентоспроможності країни.

Виходячи з наведених визначень, можна чітко виділити основні напрями розвитку сектору високих технологій у будь-якій країні:

- збільшення частки високотехнологічних підприємств у загальній кількості підприємств;
- зростання частки валової доданої вартості, що створюється у високотехнологічному секторі економіки;
- підвищення кількості зайнятих, у секторі високих технологій;
- розширення виробництва високотехнологічних товарів і послуг;
- підвищення економічної ефективності діючих підприємств;
- збільшення витрат на дослідження і розробки;
- зростання інноваційної активності економічних суб'єктів;
- повсюдне впровадження та удосконалення інформаційно-комунікаційних технологій.

Аналізуючи наведені напрями, приходимо до висновку, що розвиток високотехнологічного сектору сприяє перетіканню зайнятого населення з менш технологічних секторів у більш високотехнологічні. Тим самим підвищується і рівень кваліфікації зайнятого населення, що потребує розвинутої освітньої системи підготовки та перепідготовки кадрів, більш досконалої мережі науково-дослідних інститутів, де також збільшується кількість працівників.

Крім того, вважаємо за доцільне для усунення протиріччя між розвитком високотехнологічного сектору економіки та зростанням зайнятості дотримуватися на мікро- та макрорівнях рівнях таких принципів:

- впровадження безпечних виробництв, ефективне використання ресурсів та нових джерел енергії; постійний моніторинг та контроль за станом техногенних об'єктів;
- підвищення частки розумової праці і формування нового типу робітника, що відрізняється креативністю, мотивованістю та високою кваліфікацією праці;
- формування нових спеціальностей та освітніх програм, які мають людино-суб'єктну орієнтацію, а також впровадження у технічну освіту гуманістичної складової (соціальних, етичних та естетичних наук);
- створення адекватних умов праці, що відповідають вимогам гуманізації, у тому числі: високий рівень зарплати, додаткове медичне та соціальне страхування, підтримка та реалізація системи освіти протягом життя працівників тощо.

Отже, дотримання виділених принципів, як на рівні держави (у програмах та стратегіях розвитку), так і на рівні підприємства (під час розробки та впровадження високих технологій), дозволить з одного боку підвищити рівень зайнятості населення у перспективних галузях економіки, а з іншого – зробити розвиток високотехнологічного сектору більш гуманістичним.

Література:

1. Щукін Б. М. *Стратегія економічного розвитку як фактор стимулювання зайнятості / Сучасні проблеми ринку праці і зайнятості в контексті політики швидкого економічного зростання : матер. засідання круглого столу (17 трав. 2018 р., м. Київ) / за наук. ред. С. М. Кожем'якіної. К. : ІПК ДСЗУ, 2018. С. 23 – 26.*

2. Чайкова О. І., Кононенко Т. П., Криклива Т. П. *Особливості та розвиток галузей високотехнологічної продукції України та світу. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».* 2016. № 48. С. 3 – 7.

ТУМАК О.С.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки та підприємництва
Вінницького національного аграрного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ю.В. Ставська

ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА ЗА РИНКОВИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

За сучасних умов розвитку економіки, самостійності та відповідальності підприємств за результати своєї фінансово-господарської діяльності виникає об'єктивна необхідність здійснення оцінки фінансового стану такої діяльності та виявлення тенденцій на довгострокову перспективу. Саме тому підприємства зацікавлені в розробці фінансової стратегії своєї фінансово- господарської діяльності.

Одним з найважливіших сегментів соціально-економічної стратегії держави є фінансова стратегія, на основі якої будується фінансова і податкова політика. Технічний прогрес зумовив небачений досі попит на фінансові ресурси, слідством чого стало залучення до фінансової сфери нових додаткових ресурсів. Проте залучення цих ресурсів відбувається украй нерівномірно, породжуючи їх нестачу в окремі періоди і за секторами, що обумовлює загрози руйнування або нанесення збитку в окремих галузях, сегментах діяльності або в економічних суб'єктах.

Особливу роль в активізації сфери фінансів відіграє процес глобалізації, пов'язаний з падінням рівня державного регулювання і обмежень, обумовлених інтересами окремих підприємств. Визначаючи фінансово-економічну політику підприємств, забезпечуючи інвесторів і кредиторів достовірною інформацією щодо їх фінансово-економічного положення і будучи одним з основних чинників забезпечення інвестиційної привабливості, фінансова стратегія займає центральне місце в стратегічному управлінні.

Особливостями фінансової стратегії, що відрізняють її від короткострокового (поточного) управління підприємством є:

1) істотні відмінності умов вибору і реалізації оперативних (тактичних) рішень, повнота і надійність інформації для яких є значно вищими, ніж повнота і надійність інформації, котра є в розпорядженні підприємства при виборі стратегічних рішень. В процесі формування фінансової стратегії не можна передбачити усі можливості, які відкриються при реалізації конкретного проекту. Тому доводиться користуватися узагальненою, неповною і неточною інформацією про різні альтернативи, що призводить до зростання невизначеності усіх типів: невизначеності знань про зовнішнє середовище, невизначеності цілей, невизначеності уявлень про дії конкурентів тощо. Тому у фінансовій стратегії виробляється безліч варіантів розвитку підприємства, кожен з яких оптимальний при деякому реально можливому поєднанні зовнішніх умов;

2) на рівні стратегічного планування – на відміну від планування на тактичному рівні – важко визначити абсолютні показники ефективності тих чи інших рішень. Це призводить до необхідності використання при прийнятті вирішальних рішень показників, що базуються на поєднанні кількісних і якісних параметрів, таких, наприклад, як «стратегічна корисність», для розрахунку якої можна використовувати бальну систему оцінок. Ця особливість відповідає видам стратегічного управління [1]: – управління на основі екстраполяції (довгострокове планування), що застосовується в умовах порівняно невисокого ступеня нестабільності; – управління на основі передбачення змін (стратегічне планування, вибір стратегічних позицій), що застосовується при середніх значеннях ступеня стабільності; – управління на основі гнучких експертних рішень (ранжирування стратегічних завдань, управління за слабкими сигналами, управління в умовах стратегічних несподіванок), що застосовуються за умов істотної нестабільності зовнішнього середовища;

3) істотне посилення ролі зворотного зв'язку. Оскільки в процесі розробки та реалізації стратегічних рішень постійно з'являються нові стратегічні альтернативи, здійснюється

цілеспрямований пошук найбільш прийнятних рішень, з'являється достовірніша інформація про конкретні стратегічні трансакції, то спочатку намічені цілі стратегічного розвитку можуть піддаватись коригуванню. Тому розробка фінансової стратегії є циклічним процесом, постійним уточненням первинних цілей;

4) процес розробки фінансової стратегії не завершується негайними діями. Зазвичай він закінчується встановленням загальних напрямів розвитку, просування за якими повинно забезпечити бажаний приріст рівня конкретного статусу підприємства і, як наслідок, рівня його конкурентної переваги [3].

Слід зазначити, що при розробці ефективної фінансової стратегії підприємства постійно виникає проблема поєднання інтересів цієї стратегії та наявності достатнього рівня грошових коштів й високої платоспроможності підприємства. Крім того, в сьогоdnішніх умовах для більшості підприємств характерна реактивна форма управління фінансами, тобто ухвалення управлінських рішень як реакції на поточні проблеми. Цього можна уникнути, якщо на стадії розробки загальної концепції фінансової стратегії і у рамках набору її варіантів вважати фінанси джерелом для розробки цієї концепції, оскільки фінансові ресурси часто є одним з найважливіших обмежень при формуванні цілей підприємства і формування стратегії їх досягнення. Фінансова стратегія дозволяє створювати, зберігати та змінювати фінансові ресурси і визначати їх оптимальне використання для досягнення цілей в різних варіантах фінансової стратегії.

Література:

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. с англ. – М. : Экономика, 2006. – 560 с.
2. Геліч Н. В. Роль фінансового механізму в діяльності підприємства / Н. В. Геліч // Формування та розвиток економіки в сучасних умовах господарювання : міжн. інтернет-конф. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.viem.edu.ua/konf6/art.php?id=0423>

ТЮХТЕНКО Н.А.,

д.е.н., професор кафедри менеджменту і адміністрування,
проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи
Херсонського державного університету

КМЕТЬ О.С.,

аспірантка кафедри економічної теорії
та міжнародних економічних відносин
Херсонського державного університету

ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ УКРАЇНИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ СВІТОВИХ ПРОЦЕСІВ

Словосполучення «людський капітал» усе частіше застосовується у науковій лексичі, використовується у діловому спілкуванні, лунає у виступах політиків та державних діячів. Цим цивілізований світ засвідчує розуміння того, що нині основою як економічного, так і соціального розвитку є продуктивне використання професійних знань, здоров'я й мотивацій, які формуються в результаті інвестицій та втілюються у людях – населенні держави [4].

Поняття «**людський капітал**» вперше було введено **Т.Шульцем** та отримало подальший розвиток у роботах **Г.Беккера**. За розробку та розвиток теорії людського капіталу Т.Шульц та Г.Беккер отримали Нобелівські премії, відповідно у 1979 р. та 1992 р. [3].

Отже, **людський капітал** — це сформований або розвинений у результаті інвестицій і накопичений людьми (людиною) певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який цілеспрямовано використовується в тій чи іншій сфері суспільного виробництва, сприяє зростанню продуктивності праці й завдяки цьому впливає на зростання доходів (заробітків) його власника.

Слід звернути увагу на кілька принципових моментів, що впливають з цього визначення:

- по-перше, людський капітал — це не просто сукупність зазначених характеристик, а саме сформований або розвинений в результаті інвестицій і накопичений певний запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій;

- по-друге, це такий запас здоров'я, знань, навичок, здібностей, мотивацій, який доцільно використовується для одержання корисного результату і сприяє зростанню продуктивності праці;

- по-третє, використання людського капіталу закономірно приводить до зростання заробітків (доходів) його власника;

- по-четверте, таке зростання доходів стимулює подальші інвестиції в людський капітал, що приводить до подальшого зростання заробітків.

За сучасних умов вивченням людського капіталу займається багато вчених, як зарубіжних, так і вітчизняних. Вони припускають, що між інвестиціями в людський капітал і продуктивністю праці існує тісний зв'язок. Продуктивність праці сприяє зростанню доходів населення, що стає стимулом надалі інвестувати у здоров'я та освіту, і таким чином збільшується національний дохід.

До середини ХХ ст. більшість учених ототожнювали поняття людського розвитку та розвитку економіки, а зростання рівня життя населення вважалося наслідком росту виробництва в країні. Теоретично початковою метою розвитку економіки завжди був розвиток людини, підвищення соціальних стандартів, покращення умов життя. З іншого боку, вченими людина розглядалась як засіб праці, її діяльність спрямовувалась виключно на підвищення продуктивності праці, покращення показників валового національного продукту.

Махбуб уль Хак у своїй праці «Теорія суспільного розвитку і концепція людського розвитку» пише, що концепція людського розвитку насправді є всеохопною концепцією розвитку, яка включає як цілі, так і засоби, як продуктивність, так і справедливість, як економічний, так і соціальний розвиток, як матеріальні блага, так і соціальне забезпечення. У її рамках було розроблено **індекс людського розвитку** [5].

Індекс людського розвитку (HumanDevelopmentIndex) – це підсумковий показник для оцінювання довгострокового прогресу людського розвитку у трьох основних площинах:

1. довготривале та здорове життя;
2. доступ до знань;
3. гідний рівень життя.

Довге і здорове життя вимірюється **середньою тривалістю життя**.

Рівень знань вимірюється **середньою кількістю років, витрачених на освіту дорослим населенням**, тобто середньою кількістю років навчання протягом життя у людей віком від 25 років; а доступ до навчання та знань — очікуваними роками навчання для дітей-першокласників, тобто загальною кількістю років навчання, на які дитина, що досягає шкільного віку, може розраховувати, якщо панівні моделі вікових показників зарахування до школи залишаються незмінними протягом життя дитини.

Рівень життя вимірюється **валовим національним доходом (ВНД) на душу населення в доларах** постійної купівельної спроможності рівня 2011 року, конвертованих за коефіцієнтами переходу на паритет купівельної спроможності (ПКС)[2].

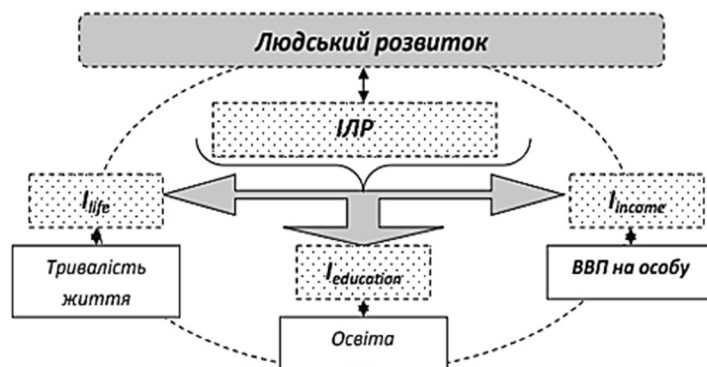


Рис. 1. Компоненти індексу людського розвитку ПРООН [1, с. 408]

З метою забезпечення якнайбільшої порівнянності між країнами індекс людського розвитку базується насамперед на міжнародних даних від:

- Відділу народонаселення ООН (дані про тривалість життя);
- Статистичного інституту ООН з питань освіти, науки і культури (дані про середню кількість років навчання та очікуваних років навчання);
- Світового банку (дані про ВНД на душу населення) [8].

Як вже зазначалося вище, для визначення індексу людського розвитку за методикою ООН рекомендується враховувати три показники: ВВП на душу населення, середню тривалість життя,

рівень освіти населення старше 25 років. Ці показники по країні зіставляються з максимальними у світі аналогічними показниками.

Індекс людського розвитку є простим середньоарифметичним індексів реального ВВП на душу населення ($I_{\text{ВВП/н}}$), досягнутого рівня освіти ($I_{\text{осв}}$) та середньої тривалості життя ($I_{\text{тр.ж}}$):

$$ІЛР = \frac{I_{\text{ВВП/н}} + I_{\text{осв}} + I_{\text{тр.ж}}}{3}$$

Індекс людського розвитку є середнім показником розвитку людини у певній державі. Індекс призначений стати показником того, як країни використовують свої матеріальні блага на користь населення, тобто на соціальний розвиток країни.

З метою підкреслення величезного значення людських ресурсів в 1980-ті роки ООН був розроблений спеціальний узагальнюючий показник «індекс людського розвитку» та були здійснені спроби його розрахунку. Проте офіційно індекс людського розвитку було вперше представлено у першій «Доповіді про людський розвиток» у 1990 році як комплексний інструмент оцінки, що став альтернативою суто економічним оцінкам прогресу країн. ІЛР охоплює 189 країн та територій.

Звіти ООН про індекс людського розвитку у світі зазвичай запізнюються на два роки, оскільки вимагають міжнародного зіставлення після публікації даних національними статистичними службами. Таким чином, в останній доповіді за 2018 рік представлено дані, розраховані за підсумками 2017 року [5].

Саме тому для аналізу було взято показники 2015-2017 років.

Таблиця 1

Тенденції трансформації індексу людського розвитку України та Норвегії (першої країни за рейтингом) протягом 2015-2017 рр.

Показники	Україна			Перша країна за світовим рейтингом Норвегія		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
	81 місце	84 місце	88 місце			
Очікувана тривалість життя при народженні, років	71,8	72,0	72,1	82,0	82,2	82,3
Очікувана тривалість навчання, років	15,0	15,0	15,0	17,7	17,9	17,9
Середня тривалість навчання, років	11,3	11,3	11,3	12,5	12,6	12,6
ВНД на душу населення, у дол. США 2011 р. за ПКС)	7375	7593	8130	67028	67340	68012
Значення ІЛР	0,747	0,743	0,751	0,944	0,949	0,953

Таблиця 2

Перші 10 країн за індексом людського розвитку протягом 2015-2017 рр.

місце	2015		2016		2017	
	країна	рейтинг	країна	рейтинг	країна	рейтинг
1	Норвегія	0,944	Норвегія	0,949	Норвегія	0,953
2	Австралія	0,935	Австралія	0,939	Швейцарія	0,944
3	Швейцарія	0,930	Швейцарія	0,939	Австралія	0,939
4	Данія	0,923	Німеччина	0,926	Ірландія	0,938
5	Нідерланди	0,922	Данія	0,925	Німеччина	0,936
6	Німеччина	0,916	Сингапур	0,925	Ісландія	0,935
7	Ірландія	0,916	Нідерланди	0,924	Гонконг	0,933
8	США	0,915	Ірландія	0,923	Швеція	0,933
9	Канада	0,913	Ісландія	0,921	Сингапур	0,932
10	Нова Зеландія	0,913	Канада	0,920	Нідерланди	0,931

Як бачимо, з 2015 до 2017 року Україна втратила 7 позицій в рейтингу. Хоча позитивним є те, що Україна все й досі залишається серед країн з високим рівнем людського розвитку, проте вона втратила кілька позицій у рейтингу і тепер її місце — одне з найнижчих серед країн регіону та Європи.

Цікавим у нашому дослідженні є те, що більшість економік світу стикаються приблизно з однаковими проблемами розвитку не дивлячись на конкретне місце країни в цьому рейтингу.

Цікавим обґрунтуванням сучасних світових процесів в економіці є присудження Нобелівської премії за наукові досягнення в цій галузі. Загальновідомо, що науково-теоретичні концепції виникають в економіці і менеджменті виключно під впливом тих практичних аспектів життєдіяльності країни, які

потребують найбільшого дослідження для пошуку шляхів вирішення проблем, що існують в реальному економічному просторі.

Так, серед Нобелівських лауреатів за аналізовані нами роки чітко виокреслюються соціальні, екологічні і технологічні аспекти в економіці і менеджменті (таблиця 3).

Таблиця 3

Список лауреатів Премії імені Нобеля з економіки

Рік	Ім'я	Країна	Обґрунтування
2015	Ангус Дітон	Велика Британія	За дослідження споживання, бідності та добробуту
2016	Олівер Гарт Бенгт Гольстрем	Велика Британія Фінляндія	За їхній внесок у розвиток теорії контрактів (Теорія контрактів — розділ теорії управління в соціально-економічних системах, що вивчає механізми стимулювання в активних системах, які функціонують в умовах зовнішньої імовірнісної невизначеності та зумовленого цим ризику)
2017	Річард Тейлер	США	За внесок до поведінкової економіки (Поведінкова економіка — це напрямок економічної теорії, який займається дослідженням впливу психологічних факторів на рішення людей у різноманітних економічних ситуаціях)
2018	Вільям Нордгауз	США	За дослідження впливу кліматичних змін при довгостроковому макроекономічному аналізі
2018	Пол Ромер	США	За дослідження впливу технологічних інновацій при довгостроковому макроекономічному аналізі
2019	Абхіджит Бенерджі Естер Дюфло Майкл Кремер	США Франція США	За експериментальний підхід до боротьби з бідністю

Підсумовуючи, слід підкреслити, що формування конкурентноздатного людського капіталу в країнах з різним рівнем економічного розвитку і добробуту є основною рушійною силою прогресу різних економічних систем. Україна потребує обґрунтування сучасної ідеології формування власного людського капіталу як в концептуальному плані, так і на практиці.

Література:

1. Гернего Ю. О. Фінансовий компонент індексу людського розвитку в Україні / Ю. О. Гернего // *Економіка і суспільство*. – 2017. – № 11. – С. 407-412.
2. Індекс людського розвитку : Україна посіла 88 позицію серед 189 країн [Електронний ресурс]. *United Nations Development Programme* Україна. – Режим доступу : <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/presscenter/pressreleases/2018/human-development-indices--where-does-ukraine-rank--.html>
3. Короленко Р. В. Теоретичні підходи до визначення поняття «людський капітал» / Р. В. Короленко // *Інноваційна економіка : Всеукраїнський науково-виробничий журнал*. – 2013. – № 2 (40). – С. 189-192.
4. Мельничук Д. П. Людський капітал : пріоритети модернізації суспільства у контексті поліпшення якості життя населення : монографія / Д. П. Мельничук. – Житомир : Полісся, 2015. – 564 с.
5. Нагірняк М. І. Індекс людського розвитку [Електронний ресурс] / М. І. Нагірняк, У. І. Швед. – Режим доступу : http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3271/Nahirniak_Shved_Indeks_liudskoho_rozvytku.pdf;jsessionid=408EF7BFA672F67F7041826174DBD0B3?sequence=1
6. Розвиток людського капіталу : На шляху до якісних реформ [Електронний ресурс] / Центр Разумкова. – 2018. – Режим доступу : http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_LUD_KAPITAL.pdf
7. *Human Development Report 2016. Human Development for Everyone* [Електронний ресурс]. *United Nations Development Programme*. – Режим доступу : <http://report2016.archive.s3-website-us-east-1.amazonaws.com/>
8. *Human Development Indices and Indicators : 2018 Statistical Update* [Електронний ресурс]. *United Nations Development Programme*. – Режим доступу : http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update.pdf

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Ю.В. Ушкаренко

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ефективна діяльність підприємств у сучасних умовах функціонування забезпечується безперервним процесом адаптації внутрішнього середовища до вимог і потреб зовнішнього, цілісною орієнтацією на створення вищої цінності споживчої пропозиції та підтримку довготривалих взаємовигідних відносин з усіма учасниками ринку. Ігнорування вітчизняними підприємствами перспектив інтенсифікації конкурентного середовища, відсутність реорганізації ними маркетингової діяльності є основною причиною привабливості вітчизняного ринку м'ясопродуктів для іноземних конкурентів і загрози втрати завойованого споживчого сегменту.

Організаційно-економічний механізм ефективного функціонування підприємств галузі тваринництва розглядається як система організаційних, економічних, технологічних, екологічних важелів та методів управління виробництвом, які в процесі взаємодії забезпечують високий рівень рентабельності виробництва і ефективності при оптимальних витратах ресурсів [1; 2, с. 10].

Основними чинниками, що впливають на конкурентоспроможність м'ясопереробних підприємств у нинішніх умовах, є: недостатні обсяги та низька якість вітчизняної сировини; збитковість підприємств галузі; відсутність стандартів на м'ясну продукцію, які б відповідали вимогам світового рівня; недостатній захист споживачів від неякісної продукції, зокрема високий вміст речовин, шкідливих для здоров'я людини – генетично модифіковані сировинні джерела; відсутність державної програми розвитку м'ясної промисловості, яка б гарантувала якість та безпеку продукції для споживачів; наявність на ринку великої кількості малих підприємств, які виробляють м'ясну продукцію сумнівної якості за низькими цінами; фальсифікація продукції; використання синтетичних оболонки, харчових добавок, штучних інгредієнтів і сировини.

З метою подолання зазначених проблем постає потреба розробки стратегій цілеспрямованої діяльності, що забезпечує підтримку й підвищення конкурентоспроможності м'ясопереробних підприємств [3]. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства розглядається нами як система впливу на елементи і процеси, що забезпечують формування конкурентних переваг і розвитку конкурентного потенціалу підприємства з метою підвищення його стійкості в умовах посилення конкуренції та змін факторів зовнішнього середовища, що дозволяє розподілити обмежені ресурси підприємства найбільш раціонально на основі внутрішньої компетенції, передбачення змін у зовнішньому середовищі та врахуванні можливих дій конкурентів.

Для ефективного розвитку тваринництва пропонуємо наступні економічні механізми, за допомогою яких можна певною мірою забезпечити ефективний розвиток підприємств галузі. Запропоновані заходи враховують екологічну направленість виробництва і передбачають: надання податкових пільг підприємствам, які виробляють якісну, екологічно чисту, конкурентоспроможну м'ясопродукцію із застосуванням сучасних ефективних технологій на період їх засвоєння і на перші роки стабільного господарювання; застосування підвищених коефіцієнтів амортизації основних фондів для прискорення їх оновлення і впровадження у виробництво сучасних високоефективних ресурсозберігаючих технологій, а також компенсація прискореної амортизації за рахунок часткового або повного звільнення від сплати податку на прибуток в разі його використання на інноваційно-інвестиційний розвиток м'ясопереробних підприємств; включення спеціалізованого обладнання до переліку сільськогосподарської техніки, вартість якої буде компенсована у розмірі 30% за рахунок державного бюджету і лізингу; надання субсидій, дотацій на виконання державних проектів, програм підвищення конкурентоспроможності м'ясопродукції та компенсація частини підприємницького ризику по впровадженню проектів; пільгове забезпечення державою м'ясопереробних підприємств матеріально-технічними ресурсами у разі здійснення ресурсозберігаючих заходів та впровадження екобезпечних технологій; надання пільгових кредитів на реалізацію організаційно-технологічних заходів підвищення ефективності виробництва і конкурентоспроможності продукції; захист вітчизняного товаровиробника від імпорту шляхом встановлення квот і збільшення митного збору;

державне регулювання цін на племінну продукцію і встановлення нормативів державного фінансування виробництва племінної продукції згідно з програмою селекції у тваринництві; встановлення правил гри на ринку м'ясопродукції для всіх партнерів, виробників і споживачів продукції; створення сприятливого інвестиційного клімату в галузі тваринництва.

Література:

1. Саблук П.Т. Стан і перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П.Т. Саблук // *Економіка України*. – 2016. – № 12. – С. 4-18.
2. Саблук П.Т. Стан і перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П.Т. Саблук // *Економіка України*. – 2008. – № 12. – С. 7-19.
3. Шпичак О.М. Система організаційно-економічних механізмів функціонування основних агропродовольчих підкомплексів рослинництва України / О.М. Шпичак, О.В. Боднар, І.В. Кобута; за ред. акад. УААН О. М. Шпичака. – К.: ЗАТ «Нічлава», 2009. – 406 с.

УШКАРЕНКО Ю.В.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Херсонського державного університету

КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ РЕСУРС РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасному світі кооперація є основою відтворення соціально-економічного і науково-технічного прогресу будь-якої країни. Значна частина економічного співтовариства визнає, що широке використання сільськогосподарської кооперації є однією з головних причин успіху агропромислового виробництва. У цих принципово нових соціально-економічних умовах стає актуальною проблема креативності – здатності індивідуума на створення нових понять, формування нових ідей і шляхів їх реалізації в кооперації. Креативність, орієнтована на творчу, економічно і соціально прагматичну діяльність, генерування нових ідей, швидке вирішення проблемних ситуацій.

Різні аспекти питань креативності як інноваційного ресурсу розвитку кооперації висвітлені в працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Безпосередньою причиною креативності є зацікавленість індивідуума до соціальних і економічно актуальних проблем, вміння зрозуміти їх значення для вирішення важливих завдань. Так, Р. Сімпсон визначив креативність як здатність людини відмовитися від стереотипних способів мислення [1, с. 261]. Д. Гілфорд вважає, що креативність багатовимірна і включає в себе готовність ризикувати, розвинену інтуїцію, вміння швидко переключатися з одного об'єкта на інший, швидко знаходити вирішення виникаючих соціальних і економічних завдань [3, с. 125]. В свою чергу, С. Тейлор, як і Д. Гілфорд, розглядав креативність не як єдиний фактор, а як сукупність здібностей, кожна з яких може бути представлена в різному ступеню при вирішенні певних завдань. Д. Ренцуллі розглядає креативність як особливості поведінки індивідуума, які виражаються в оригінальних способах отримання продукту: досягнення вирішення проблеми соціального чи економічного характеру в результаті нових до неї підходів з різних точок зору [4, с. 451]. А. Меднік оцінює креативність як процес реконструювання елементів в нових комбінаціях, що відповідає купівельним потребам [5].

Вищенаведені думки багатьох вчених, які досліджували проблему креативності, свідчать про те, що, незважаючи на різні точки зору, практично у всіх визначеннях креативність пов'язується з винаходом чогось нового для задоволення соціально-економічних потреб суспільства. На нашу думку, креативність – специфічний соціально-економічний ресурс, що формується і трансформується в інноваційний ресурс як такий, що становить частину економічного ресурсу суспільного виробництва.

Необхідно зазначити, що формування креативності як інноваційного ресурсу розвитку кооперації можливо лише в специфічному соціально-економічному середовищі, в умовах, що характеризують це мікросередовище високим ступенем невизначеності і потенційною багатоваріантністю розвитку економічних процесів.

Головне призначення креативності як інноваційного ресурсу розвитку кооперації, яке зводиться до здатності здійснювати наступні дії [2]: генерування ідей практичного характеру, на основі яких можлива організація виробничої структури для отримання необхідних товарів, продуктів, послуг; ефективне виконання ділового проектування, тобто визначення черговості дій, в результаті яких можливе перетворення ідей в реально відчутний товар, продукт, послугу з використанням всіх реальних

можливостей; виявлення та залучення до процесу реалізації ідеї інвесторів, що володіють достатнім капіталом; створення кооперативного підприємства на основі моделювання схеми виробничого процесу, що дозволяє здійснити ефективну ідею; забезпечення професійного управління створеною виробничою структурою для її збереження, забезпечення неприпустимості її банкрутства, примусової ліквідації.

Виявлено інноваційні особливості бізнес-процесів при реалізації креативності як інноваційного ресурсу розвитку економіки: диверсифікація товарів і послуг, що викликає різноманіття бізнес-процесів; робота за індивідуальними замовленнями, що вимагає високого ступеня адаптації базового бізнес-процесу до потреб клієнта; впровадження нових технологій (інноваційних проектів), які охоплюють усі основні бізнес-процеси підприємства; різноманіття кооперативних зв'язків з партнерами підприємства і постачальниками, які обумовлюють альтернативність побудови бізнес-процесу.

Література:

1. Андрієвська В.В. Креативність [Текст] /В.В. Андрієвська; Гол. ред. В.Г. Кремень; Акад. пед. наук України // *Енциклопедія освіти*. – К.: ЮрінкомІнтер, 2008. – 432 с.

2. Меркулов А.И. Креативность [Текст] /А.И. Меркулов; Под ред. А.А. Ивина // *Философия: Энциклопедический словарь*. – К.: Гардарики, 2004. – С. 401-403.

3. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии [Текст] / К.А. Торшина // *Вопросы психологии*. – 1998. – № 4. – С. 124–133.

4. Barron F. Creativity, intelligence and personality / F. Barron, D. Harrington // *Ann. Rev. of Psychol.* – V. 32. – 1981. – P. 439-476.

5. Creativity. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://en.wikipedia.org/wiki/Creativity>

ФЕДОРЧУК О.М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку і підприємництва
Херсонського державного університету

ДИСКІНА А.А.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств
Одеського національного політехнічного університету

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах розвитку ринкових відносин важливо розуміти, що для того, щоб розвиватись, одержувати прибуток і зберегти конкурентоспроможність підприємства, керівництво повинно оптимізувати віддачу від вкладень будь-яких ресурсів: матеріальних, фінансових і головне – людських. Актуальною проблемою сучасної економіки є саме активізація людських ресурсів для досягнення успіху підприємства на ринку.

Персонал – найскладніший об'єкт управління на підприємстві, так як, на відміну від речових факторів виробництва, є живим. Тому він має можливість самостійно приймати рішення, діяти, критично оцінювати пред'явлені до нього вимоги, має власні інтереси тощо.

Управління персоналом – це комплекс взаємопов'язаних економічних, організаційних та соціально психологічних методів, що забезпечують ефективність трудової діяльності та конкурентоспроможності підприємств [1].

Отже, одним із сукупності складових підприємства, як цілісної виробничо-господарської системи, поряд з управлінням діяльності є управління персоналом. На сучасному етапі розвитку докорінно змінилася роль людини у виробництві. Людина вже не тільки найважливіший елемент виробничого процесу на підприємстві, а й стає головним стратегічним ресурсом компанії в конкурентній боротьбі. Які б не були прекрасні ідеї, новітні технології, найсприятливіші зовнішні умови, без добре підготованого персоналу високоефективної роботи домогтися неможливо.

Відтак, цілями управління персоналом підприємства є: підвищення конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах; підвищення ефективності виробництва та праці, а саме досягнення максимального прибутку; забезпечення високої соціальної ефективності функціонування всього колективу.

Ефективність управління персоналом та найбільш повна реалізація поставлених цілей у великій мірі залежать саме від принципів та методів управління персоналом. Слід зауважити, що чим більшою є компанія та чим більше підрозділів і філіалів вона має тим більше значення має узгодження загальних принципів здійснення єдиного управління. Існує три групи основних засобів управління: прямі засоби управління, опосередковані та особлива група – квазізасоби управління, котрі не можна включити до попередніх двох [2].

До найважливіших прямих засобів безпосереднього управління належать наступні: делегування повноважень і завдань;- обговорення в колективі, бесіди з підлеглими; критика та заохочення, тобто форми оцінювання людської праці; службовий нагляд і контроль за результатами праці; інформація та комунікація; директиви та вказівки.

Другу групу засобів управління, так званих непрямих, чи опосередкованих засобів управління персоналом складають: характеристика посади, тобто опис її мети, завдань, компетенцій і співвідношення з іншими посадами, вимог до працівника; оцінка робочого місця, котра частково здійснюється на основі характеристики посади, але тут враховуються і складність діяльності, і умови роботи, і т.д.; оцінка співробітника, тобто оцінка його особистого внеску.

До квазізасобів застосовують неформальні групи та робочу атмосферу. Розрізняють такі соціологічні та організаційні причини створення неформальних груп: соціальна відмінність (робітники – службовці, місцеві жителі – іноземці); чітко окреслені централізація та формалізованість організаційної структури (анонімність); наявність неформальних лідерів на певних рівнях організації; брак інформації та виникнення чуток.

Можна виділити ряд умов, дотримуючись яких, управління людськими ресурсами на підприємстві слід вважати ефективним [3]:

- 1) здійснюється індивідуальне планування кар'єри, підготовка та перепідготовка персоналу, стимулювання професійного росту;
- 2) використовуються гнучкі системи організації робіт;
- 3) система оплати праці побудована на принципах врахування індивідуального вкладу працівників та рівня їх професійної компетенції;
- 4) використовується високий рівень участі працівників у розробці та прийнятті управлінських рішень;
- 5) здійснюється практика делегування повноважень підлеглим.

У сучасних умовах виникла об'єктивна необхідність в удосконаленні управління персоналом на підприємствах. При цьому варто розробити заходи щодо підвищення ефективності управління персоналом як на міжорганізаційному, так і на внутрішньоорганізаційному рівні. Міжорганізаційні зв'язки дозволяють об'єднати інтелектуальні ресурси підприємств з метою впровадження різного роду інновацій у їхню діяльність. На внутрішньоорганізаційному рівні керівники і менеджери повинні усвідомити недоліки традиційної концепції управління персоналом і необхідність формування нової кадрової політики, корпоративної філософії керівництва. Це буде сприяти досягненню соціального партнерства в колективі, узгодженню економічних і соціальних інтересів окремих працівників і робочих груп.

Література:

1. Братченко В.Ф. *Управління персоналом організації в сучасних умовах* / В.Ф. Братченко // *Персонал*. – 2010. - № 3. – с. 34-41.
2. Колот А.М. *Мотивація персоналу: Підр.* – К.: КНЕУ, 2002.
3. *Економіка підприємства: Навчальний посібник /за ред.Шегди А.В.* – К.: Знання, 2005.

ХАРЧЕНКО Г.А.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту ім. проф. Й.С. Завадського
Національного університету біоресурсів і природокористування України

ХАРЧЕНКО В.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри інформаційних систем
Національного університету біоресурсів і природокористування України

ОРГАНІЧНЕ ВИРОБНИЦТВО ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Виробництво органічної продукції відноситься до галузей світової економіки, які нині найбільш динамічно розвиваються. Відмітимо, що органічне сільське господарство являє собою форму ведення сільського господарства, що передбачає послідовне зниження використання синтетичних добрив, регуляторів росту рослин, пестицидів, кормових добавок, антибіотиків. Разом з цим, органічне господарство відноситься до одного з альтернативних шляхів розвитку землеробства, підтримки його екологічної безпеки та високої продуктивності. Стратегічне завдання органічного сільського господарства є покращення та підтримка здоров'я людини, рослин, тварин, ґрунту та всієї планети, а також підвищення врожайності, забезпечення рослин елементами мінерального живлення, застосування органічних добрив тощо [2].

Нині планомірний розвиток органічного сектора сільськогосподарського виробництва відбувається в Сполучених Штатах Америки, Канаді, країнах Євросоюзу, Австралії, Китаї, Японії. Згідно з даними Міжнародної федерації руху за органічне сільське господарство (IFOAM), усього у світі у 2017 році було зареєстровано 2,9 мільйона виробників органічних продуктів, що на 5 % більше, ніж у 2016 році. Варто відмітити, що світовий ринок органічної продукції у 2017 році досяг 97 мільярдів доларів США [3]. Найбільший ринок органічної продукції у США - близько 40 млрд. євро, за ним слідує Німеччина (10 млрд. євро), Франція (7,9 млрд. євро) та Китай (7,6 млрд. Євро). Разом з цим, у 2017 році французький ринок органіки виріс на 18 відсотків, громадяни Швейцарії витратили найбільше на органічну продукцію (288 євро на душу населення), а Данія – країна, яка мала найвищу частку ринку органічних продуктів (13,3% від загального ринку продовольства). У результаті підвищення світового обсягу виробництва органічної продукції, спостерігається збільшення обсягів її продажу. Так, зокрема у 2006 р. світова виручка від продажу органічної агропродовольчої продукції становила 38,6 млн дол. США, у 2011 р. – 64,9 млн дол. США, а у 2016 р. - 89,7 млн дол. США [4].

Разом з тим, значний земельний потенціал та незаповнена ніша ринку органічної продукції створюють всі необхідні передумови для формування і розвитку вітчизняного органічного сільського господарства. Відмітимо, що Україна на початок 2017 року займала одинадцяте місце серед країн Європи та двадцяте у світі за загальною площею сертифікованих органічних сільськогосподарських угідь. За період 2013-2017 рр. вони збільшилися на 54% і нині сягають приблизно 421,5 тис. га. Зауважимо, що 48,1 % всіх вітчизняних органічних сільськогосподарських угідь зайняті під зерновими, що дозволяє Україні займати сьоме місце серед країн-виробників органічної зернової продукції. Також наша країна займає 5-те місце у світі серед виробників органічних олійних культур та сьоме серед виробників бобових [1; 3].

Зауважимо, що відповідно до досліджень Федерації органічного руху України, вітчизняний внутрішній споживчий ринок органічних продуктів почав розвиватися з початку 2000-х років, становивши: у 2004 р. – 100 тис. євро, у 2007 р. – 500 тис. євро, у 2010 р. – 2,4 млн євро, у 2012 р. цей показник зріс до 7,9 млн євро, у 2015 р. – до 17,5 млн євро, у 2016 р. – 21,2 млн євро. У 2017 році споживчий ринок органічних продуктів в Україні становив 29,4 млн. євро. Разом з цим споживання органіки на душу населення склало 0,68 євро, що є одним з найнижчих у Європі. Так, мешканці європейських країн в середньому витрачають на органічні продукти 40,8 євро в рік, а жителі країн ЄС – 60,5 євро [1].

Проте, незважаючи на низький рівень вітчизняного споживання органічної продукції, за виробництвом окремих груп культур Україна є лідером не тільки у Європі, а й у світі в цілому. Зокрема, в Україні розташовано 26% сертифікованих за органічними стандартами світових площ соняшнику, 49 % гречки, 43 % проса, 11 % спельти, 9 % ячменю, понад 5% пшениці та жита [1].

Отже, як показують дослідження, наявні вітчизняні природно-кліматичні умови, ресурсний та земельний потенціал сприяють розвитку системи ведення органічного сільськогосподарського виробництва. Системний аналіз і оцінка можливості використання світового досвіду ведення органічного сільськогосподарського виробництва у взаємозв'язку зі сформованими традиціями українського землекористування виступають передумовою до стратегічного розвитку і зміцненню позицій органічного сільського господарства.

Література:

1. *Органік в Україні / Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://organic.com.ua/ukhomepage/2016_01_26_13_39_01.*
2. *Ходківська О. В. Екологізація аграрного виробництва: монографія / О. В. Ходаківська. - К. : ННЦ ІАЕ, 2015. - 350 с.*
3. *IFOAM International Federation of Organic Agriculture Movements General assembly. "Principles of Organic Agriculture".- 2013.- С. 1-4 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ifoam.bio/>*
4. *Willer, H., Lernoud, J. The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2018. Auflage Leitfaden. Handbuch. FiBL, IFOAM., 2018. - 354 p.*

ЦИМБАРЕВИЧ Є.,

студентка 1 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.М. Федорчук

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Якість продукції в сучасних економічних умовах стала найважливішим фактором конкурентоспроможності підприємства. При ринкових відносинах, багато виробників прагнуть домогтися стабільної якості своєї продукції, використовувати всі інструменти, вироблені світовою та вітчизняною практикою. Найважливішим із них є система забезпечення якості (система якості) Система якості - сукупність організаційної структури, відповідальності, процесів і ресурсів, що забезпечує здійснення загального керівництва якістю.

Але так само багато хто воліє опустити стандарти і поступитися більш дешевим сировинні і "виграти" за рахунок реклами. Таким чином вони запускають "вічний двигун". Тобто, вони справили продукт дешевий, але з низьким рівнем якості і таким чином покупець буде купувати те, що дешевше. У той час як з-за своєї якості продукт дуже швидко буде виходити з рівня придатності і виникне потреба в оновленні та споживач знову буде купувати даний продукт. Одним це набридне і вони куплять щось дорожче але якісніше, але все одно більшість тих, хто знову купить дешевше.

Зниження якості продукції знижує її конкурентоспроможність на ринку. Погіршення конкурентоспроможності продукції призводить до появи зворотних тенденцій: зменшення обсягу продажів, прибутку і рентабельності, зниження експорту, національного багатства і добробуту населення. Підприємство має бути зацікавлене в якості своєї продукції, адже від цього залежать і його доходи. Звідси випливає необхідність постійної, цілеспрямованої, кропіткої роботи товаровиробників щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, підвищення якості продукції, яке має велике значення для підприємства виробника, споживача і національної економіки в цілому.

Стимулювання підвищення якості продукції розглядається з двох точок зору: стимулювання об'єкта (підприємства) і суб'єкта (працівника). В умовах ринкової економіки стимулювання підприємства здійснюється шляхом зростання обсягу продажів і прибутку фірми, що випускає високоякісну і конкурентоспроможну продукцію. Крім того, підвищується престиж фірми, який потрібно постійно підтримувати підготовленою стратегією і менеджментом якості. На малих і середніх підприємствах, де однозначно можна оцінити внесок кожного підрозділу в успіх (або збитковість) фірми, стимулювання має безпосередній характер, через планування і облік фактичних доходів кожного центру відповідальності. На великих підприємствах можливе створення заохочувальних фондів цеху за випуск високоякісної продукції та відшкодування шкоди завданої браком.

Зазначимо, що на нашу думку серед низки завдань, що стоять перед підприємством, найважливішими являються:

- своєчасне задоволення споживача в продукції в послугах високої якості;
- забезпечення працівників підприємства робочими місцями і соціальними благами;

• досягнення і підтримка якості продукції на рівні, постійно відповідає встановленим або передбачуваним вимогам споживача;

• забезпечення у споживача впевненості в тому, що поставляється продукція має заданою якістю;

• зростання прибутку за рахунок зниження витрат, пов'язаних з забезпеченням стабільності якості продукції.

Основними напрямками діяльності підприємства є:

• досягнення і підтримка технічного рівня і якості продукції, що випускається на рівні провідних зарубіжних фірм;

• забезпечення відповідності якісних показників продукції вимогам державних та міжнародних стандартів;

• забезпечення стабільності виробництва продукції.

Отже організаційним принципом, покладеним в основу робіт по забезпеченню і управлінню якістю, є принцип функціональної підпорядкованості, при якому кожний підрозділ виконує свою функцію і несе свою частку відповідальності в забезпеченні і управлінні.

Якість є основною складовою частиною стратегії підприємства. Керівництво підприємства та його підрозділів несе відповідальність за якість продукції і визначає політику в області якості. Воно забезпечує розуміння, дотримання і здійснення цієї політики на всіх рівнях. Головна мета діяльності підприємства полягає в забезпеченні конкурентоспроможності продукції, що випускається і максимальному задоволенню вимог споживача.

Література:

1. Ильин А. И., Сеница Л. М. *Планирование на предприятии: Учебное пособие. В 2-х частях.* – Мн.: ООО «Новое знание», 2000. – 728 с.

2. Лифиц И. М. *Основы стандартизации, метрологии и сертификации: Учебник. – 2-е изд., испр. И доп.* – М.: Юрайт-М, 2001. – 268 с.

ШАЛИГИНА І.В.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Сумського національного аграрного університету

ЧАЛА О.О.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту

Сумського національного аграрного університету

КАПІТАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВНЕ ДЖЕРЕЛО ЙОГО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

У сучасних умовах для кожного суб'єкта господарювання важливим є його фінансове забезпечення щодо подальшого розвитку та отримання прибутку (доходу). Найважливішу роль в досягненні цієї мети відіграє саме капітал, який свідчить про загальну вартість засобів, що вже інвестовані в активи кожного суб'єкта господарювання. Основними його елементами можемо визначити такі як: зареєстрований капітал, додатково вкладений та додатковий капітал, резервний капітал та нерозподілений прибуток, забезпечення наступних витрат та платежів, довгострокові та поточні зобов'язання.

Капітал та його структурна модель мають безпосередній вплив на фінансовий стан підприємства, зокрема на платоспроможність, кредитоспроможність, ліквідність, прибутковість та рентабельність. Капітал є головним елементом та базою для ведення господарської діяльності підприємства, тому його ретельний та професійний аналіз дозволяє отримати обґрунтовану та важливу інформацію щодо фінансового стану об'єкта і розробити відповідне управлінське рішення, яке дозволить підприємству досягти поставлених задач [1, с.5].

Основним та важливим видом капіталу для кожного суб'єкта господарювання (підприємства чи установи) є наявність у нього саме власного капіталу та наскільки ефективною є його структура. Наприклад, в Сумській дирекції АТ «Укрпошта» протягом 2016-2017 років був в наявності власний капітал та представляв собою: зареєстрований капітал, капітал у дооцінках, додатковий капітал та непокритий збиток. Вже у 2018 році даний вид капіталу є відсутнім, тому що відбулася зміна форми

власності даної установи з УДППЗ «Укрпошта» на АТ «Укрпошта». Таким чином, у Сумській дирекції АТ «Укрпошта» в 2018 році немає фінансового забезпечення за рахунок власного капіталу. При відсутності власного капіталу є не можливим точно розрахувати фінансову забезпеченість даної установи. Це саме можна зазначити й про довгострокові зобов'язання і забезпечення, тому що вони також відсутні у звітному році [2, с.456].

Для підтримки своєї господарської діяльності практично кожне сучасне підприємство чи установа залучає позиковий та інший капітал, що свідчить про недостатність або відсутність власного капіталу та достатніх коштів для подальшого ведення своєї діяльності. Саме це для Сумської дирекції АТ «Укрпошта» дозволяє розширювати обсяг власної діяльності та забезпечує певну ринкову вартість. Позиковим капіталом АТ «Укрпошта» протягом періоду дослідження не користувалася, а його капітал в 2018 році складається лише з поточних зобов'язань і забезпечення. Найбільша питома вага в них належить поточній кредиторській заборгованості із внутрішніх розрахунків – 87,7%, далі йде інша поточна заборгованість – 8,5%, а іншим видам кредиторської заборгованості належить лише 3,8%. Залучення позикового капіталу будь-яким суб'єктом господарювання повинно бути обґрунтованим та відповідати його фінансовій політиці, тому що чим більша частка такого виду капіталу, тим вищим є у нього фінансовий ризик та можливе настання фінансової кризи.

Повна оцінка капіталу складається з оцінки складу капіталу, його структури, зміни складових капіталу і джерел його формування. Основним фінансовим джерелом даної оцінки виступає баланс підприємства (установи). На основі розрахунку певних коефіцієнтів та показників можна зробити загальний висновок щодо фінансової стійкості, ділової активності та ліквідності будь-якого суб'єкта господарювання.

Таким чином, покращання фінансового забезпечення діяльності Сумської дирекції АТ «Укрпошта» за рахунок формування та використання його капіталу можна проводити за наступними напрямками: забезпечення більшого обсягу залучення фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх резервів та зменшення залученого капіталу (поточних зобов'язань).

Література:

1. Пономарьов Д.Е. Капітал підприємства: сутність та аналіз формування і використання//Д.Е.Пономарьов// *Інвестиції: практика та досвід* № 5/2016. – с.53-58.
2. Чала О.О. Фінансове забезпечення діяльності Сумської дирекції АТ «Укрпошта»/О.О.Чала//*Матеріали науково-практичної конференції викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ (17-20 квітня 2019 р.)*. – Суми, 2019.- с.456.

ШАНДОВА Н.В.,

д.е.н., доцент,

професор кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки
Херсонського національного технічного університету

ЕВОЛЮЦІЯ ПІДХОДІВ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДО ПОШУКУ ФАКТОРІВ УСПІХУ

Стратегічне управління розглядається як фундаментальна проблема, що пояснює успіх або невдачу компанії [1]. Займаючись дослідженнями стратегії, компанії створили різні інструменти, які в цей час вважаються основними елементами будь-якого аналізу в пошуку факторів успіху.

При цьому в пошуках факторів успіху деякі дослідники акцентували увагу на різних аспектах компанії і її керованих змінних, тобто на внутрішніх факторах компанії, таких як її сильні й слабкі сторони. Інші вчені підкреслювали важливість дослідження компанії в цілому на макрорівні, тому що можливості й загрози навколишнього середовища також створюють передумови формування факторів успіху.

Відповідно до цього, у розвитку стратегічного управління склалися два підходи в дослідженні факторів успіху: перший – на рівні взаємодії внутрішнього й зовнішнього середовища компанії, другий – на рівні взаємодії макро- і мікрорівня компанії.

У першому підході стратегія пошуку факторів успіху розглядалася як спосіб зв'язати компанію з навколишнім середовищем, у якому важливі як внутрішні, так і зовнішні аспекти. Для цього використовувалися такі інструменти, як: SWOT-Аналіз, який досліджував внутрішнє (сильні й слабкі сторони) і зовнішнє (можливості й загрози) середовище компанії та стратегічні матриці - матриця Бостон Консалтинг Груп (БКГ), матриця АДЛ, запропонована Артуром Д.Литлом, матриця Мак-Кінзі

й General Electric (GE)), які об'єднували компанію й галузеве середовище в одному аналітичному інструменті.

У сучасних дослідженнях стратегічного управління спостерігається зростання важливості внутрішніх факторів, однак увага до зовнішніх факторів, хоч трохи і зменшилася, зберігає значення. Дослідження факторів успіху компанії проводиться за допомогою інституціонального підходу, при якому ураховуються певні пояснюючі змінні, пов'язані з інституціональним середовищем компанії. Щоб зрозуміти взаємозв'язок між навколишнім середовищем і стратегією цей підхід розширює традиційний аналіз галузі, уводячи нові змінні середовища, такі як закони, традиції або культура регіону, країни. Сьогодні цей підхід ще більш розширюється для того, щоб відбити значення споживача, тобто щоб включити елементи навколишнього середовища - «сторону попиту» [2].

Разом з тим, набирає значення точка зору, пов'язана з концепцією підприємництва, що зображує ринки як процес постійної трансформації через образ дій окремих компаній. Поведінка цих компаній пояснюється недостатністю підприємницьких знань, але компенсується шляхом їх прямої участі в сфері товарообігу/надання послуг. У результаті компанії здійснюють підприємницьку діяльність, спрямовану на виявлення можливостей одержання прибутку, які апріорі невідомі. Таким чином, гнучкість у конкурентній боротьбі стає набагато більш важливою, а фокус конкурентоспроможності зміщається від переваг до можливостей. Такий підхід лежить в основі поняття стратегічного підприємництва, який поєднує в собі підприємництво, тобто поведінку, спрямовану на пошук можливостей, зі стратегічним управлінням, тобто пошуком вигоди [3].

У другому підході стратегія пошуку факторів успіху націлюється на дослідження макро- і мікрорівня компанії. Так, дослідження в області промислової економіки змістили акцент на макроекономічні аспекти, зокрема, на структуру промисловості. При цьому на мікрорівні було визначено, що для одержання вигоди вже недостатньо тільки володіти цінними ресурсами й можливостями, необхідно знати як з їхньою допомогою створювати й підтримувати конкурентні переваги. Важливість створення цінних ресурсів і управління ними підкреслюють концепції, засновані на знаннях.

В дослідженні мікрорівня компанії, в пошуку факторів успіху, загострюється увага на рівні індивідуальної поведінки, яка впливає на стратегію й також є чинником успіху, та на тих організаційних компетенціях і можливостях, що створюються на основі окремих людських ресурсах. В подальшому також з'являються підходи, що пояснюють виникнення можливостей, які створюються самими компаніями через їхні дії. А оскільки еволюцію ринку важко передбачити заздалегідь, то можливості для бізнесу розглядаються як тимчасові та створені економічними агентами. У результаті компанія упереджено бере активну участь в ініціативах, спрямованих на виявлення й розвиток можливостей, де існуюча конкуренція відносно обмежена або ціннісна пропозиція є інноваційною й унікальною.

Підводячи підсумок, необхідно відзначити, що обидва підходи працюють одночасно, фокусуючи увагу як на макро- і мікрорівні, так і на внутрішньому і зовнішньому середовищі компанії. Іншими словами, дослідження в області стратегічного управління еволюціонують у бік зростання складності розв'язуваних питань. Це означає, що застосовуючи обидва підходи до пошуку факторів успіху можна отримати більше альтернативних можливостей вирішення проблеми.

Література:

1. Rumelt R.P., Schendel D., Teece, D.J. *Fundamental issues in strategy*. Boston: Harvard Business School Press. 1994.
2. Richard L. Priem. *Insights and new directions from demand-side approaches to technology innovation, entrepreneurship, and strategic management research*. *Journal of Management*, 38 (2012), pp. 346-374.
3. Kirzner I. M. *Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach*. *Journal of Economic Literature*, 35 (1997), pp. 60-85.

ШИРОКОВА А.О.,

студентка 3 курсу економіко-правового факультету
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Науковий керівник: к.е.н., доцент С.О. Нікола

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУДНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Суднобудування історично було однією з провідних і найбільш технологічно розвинених галузей України. На українських верфях будувалися військові кораблі всіх класів, від танкерів, суховантажних суден, сейнерів до авіаносців. За останні 15-20 років галузь поступово розгубила промисловий потенціал, який на початку 90-х років здавався майже «квитком у благополучне майбутнє». Наразі суднобудівна галузь переживає не найкращі свої часи, але перспективи відновлення і розвитку галузі все ж існують. Для того, щоб Україні змогла повернути колишні обсяги суднобудування, потрібно розуміти, що світовий ринок змінився докорінно. І щоб йому відповідати, наше суднобудування має перебувати в умовах, аналогічних з нашими конкурентами. Перш за все необхідно розуміти, що всі країни, які розвивають суднобудування, підтримують цю галузь комплексом заходів, основні з яких - податкові пільги і дешеві кредити. Основними проблемами розвитку українського суднобудування є відсутність пільг по імпорту інвестицій і невиправданий розмір податкових ставок, що значно знижує цінову конкурентоспроможність українських заводів. Так, наприклад, суднобудівна компанія що планує побудувати танкер, звертається в банк за кредитом. Вартість кредиту в українських банках коливається від 12 до 20% річних. В той же час наші конкуренти мають змогу звернутися в національне Експортно-кредитне агентство (ЕКА) і отримати гроші під 0,3% річних. Їх витрати на обслуговування кредиту будуть значно нижчими. Тож для того, щоб вийти на лідируючі позиції і підтягнутись до рівня країн, що є провідними у цій галузі (Турція, Японія та ін.), необхідно створити такі ж умови ведення бізнесу. Для підвищення конкурентоспроможності суднобудівної галузі на зовнішніх ринках перш за все необхідна підтримка з боку держави, вона може запропонувати:

- кредитну допомогу виробнику для зменшення вартості судна;
- кредитну допомогу покупцеві або орендареві;
- податкові пільги у вигляді списання частини податків, використання безподаткових резервних фондів і відстрочок податкових платежів;
- фінансування науково-дослідних і конструкторських робіт та ін.

В українському законодавстві існують тільки податкові та митні пільги. Але вони мають скоріше декларативний характер і ними практично неможливо скористатися. Це призводить до подорожчання вартості виробництва і робить продукцію неконкурентоспроможною на світовому ринку. Є приклади, коли українські компанії програвали тендери європейським суднобудівникам виключно за ціною. При тому, що заробітні плати у наших конкурентів в рази вищі за українські. Пільгові кредити і державна підтримка з надлишком перебивають цю різницю[1].

Центр транспортних стратегій у 2018 році визначив, що для задоволення потенційного попиту в Україні в перспективі 10 років необхідно будівництво 250 суден різного класу. При цьому, інвестиції в будівництво складуть близько 1,7 млрд дол. Суднобудування є мультиплікатором для суміжних галузей (металургії, машинобудування, та ін.), генеруючи відрахування і створюючи нові робочі місця. Ці кошти, зможуть за 10 років згенерувати в суднобудуванні, суміжних галузях і річкових перевезеннях створення більше 8,3 тис. робочих місць, близько 732 млн дол. бюджетних відрахувань і більше 1 млрд дол. виплат заробітної плати[2].

Наразі можна зауважити, що в останні роки спостерігається ріст показників по обсягу реалізованої продукції та послуг. За даними асоціації «Укрсудпром», загальний обсяг продукції реалізованої суднобудівними підприємствами України в 2018 році, склав майже 3 млрд грн. Це на 32% більше аналогічного показника 2017 року. Обсяг послуг по судноремонту в минулому році склав 501 млн грн (+ 47% до 2017 року). Українське суднобудування продовжує відновлюватися після тривалого падіння. У I півріччі 2019 року лідерами галузі залишалися ССЗ «Нібулон», ПрАТ «Кузня на Рибальському» і Smart Maritime Group. У цей період українські суднобудівники з певним успіхом продовжували освоювати три напрямки: будівництво суден типу «річка-море» для власних потреб («Нібулон»), будівництво судових корпусів для західних замовників (SMG) і військово-суднобудування («Кузня на Рибальському»). На заводі «Нібулон» у 2019 році спустили на воду 140-

метрове судно-перевантажувач класу «річка-море» Nibulon Max. Це найдовше судно, спущене на воду в Україні за останні 25 років. Судно - технічно складне, воно обладнане двома потужними кранами, що дозволяють повністю розвантажувати і завантажувати судна типу Panamax[3]. Тож ми бачимо позитивні зрушення в цій галузі, проте розуміємо, для того щоб відновити минулі обсяги виробництва необхідно додати більше зусиль, особливо з боку держави.

Література:

1. *Как загрузить заказами судостроительные заводы Украины URL: <https://delo.ua/business/kak-zagruzit-zakazami-sudostroitelnye-zavody-u-350724/> (дата звернення: 12.10.19)*
2. *Инвестиции в судостроение необходимы на уровне 1,7 млрд долл. в перспективе 10 лет URL: https://cfts.org.ua/news/2018/02/14/investitsii_v_sudostroenie_neobkhodimy_na_urovne_17_mlrddoll_v_perspektive_10 лет_ekspert_45612 (дата звернення: 12.10.19)*
3. *Металл на воду: что за 6 месяцев произвели украинские судостроители URL <https://gmk.center/posts/metall-na-vodu-cto-za-6-mesyacev-proizveli-ukrainskie-sudostroiteli/amp/> (дата звернення: 13.10.19)*

ШКАРУПА О.В.,

д.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-адміністрування
Сумського державного університету

ШКАРУПА І.С.,

аспірант Сумського державного університету

ФОРМУВАННЯ МУЛЬТИРІВНЕВОЇ СИСТЕМИ ТРАНСФЕРУ ЕКОІННОВАЦІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Систематизація наукових поглядів на зміст мультирівневої системи трансферу інновацій засвідчила, що основною причиною еволюційних трендів в цьому напрямі є трансформація пріоритетів державної політики економічної безпеки для забезпечення «зеленого» зростання економіки. В процесі державного регулювання трансфером інновацій необхідно відокремлювати її базову складову – управління національним господарством у цілому на основі синергетичної теорії самоорганізації соціально-економічних систем, від природоохоронної політики держави, яка методологічно не формує всього комплексу механізмів, пов'язаних із відтворенням людського, фінансового, інвестиційного, матеріального, інформаційного, інноваційного, технологічного та інших видів потенціалу національної економічної безпеки.

Проведений аналіз світового наукового доробку щодо трактування сутності трансферу екоінновацій засвідчив, що це поняття переважно використовують у межах теорій захисту довкілля та екологізації економіки, парадигми сталого розвитку, концепцій реструктуризації та зміни промислових технологій тощо. Таке розуміння залишає поза увагою макроекономічні проблеми розвитку національної економіки, не дозволяє окреслити стратегічних орієнтирів трансферу екоінновацій. Виходячи із цього, під трансфером екоінновацій пропонуємо розуміти процес цільового впровадження інноваційних змін на галузевому, регіональному та мікроекономічному рівнях управління економічною безпекою, спрямованих на забезпечення зростання якості й кількості «нішевих екомодернізацій». Такий підхід на відміну від існуючих акцентує увагу на: 1) цільовому характері трансформаційних процесів із визначенням конкретних кількісно вимірюваних таргетів та часових орієнтирів для їх досягнення; 2) керованості цього процесу з єдиного центру, що передбачає необхідність забезпечення інституційної, інформаційної, ресурсної, функціональної та методичної узгодженості; 3) нішевих екомодернізацій як базового об'єкту економічної безпеки, причому важливо забезпечити зростання не лише їх кількості, а й якості; 4) необхідності збалансування за галузями та регіонами кількості нішевих екомодернізацій, що дозволить створити диверсифіковану мережу унікальних об'єктів трансферу екоінновацій та уникнути денівеляції розвитку галузей; 5) інноваційній природі нішевих екомодернізацій, а не реноваційному відтворенню вже існуючих технологій. Таким чином, нішеві екомодернізації – вузько-спеціалізовані сегментні об'єктно-процесні інновації екологічного характеру в окремих функціональних одиницях економічної системи, які через їх

масштабування, географічну і галузеву диверсифікацію стають каталізаторами зростання національної економіки в цілому. На відміну від інших форм інноваційного розвитку вони мають такі особливості:

1) дуальну (об'єктно-процесну) природу – одночасне їх розуміння, з одного боку, як об'єкта модернізації (конкретна технологія, техніка, продукт), а з іншого – як процес (комплекс організаційно-управлінських заходів);

2) здатність до кумулятивного накопичення, що запускає ланцюгову реакцію, в процесі якої змінюється цільове спрямування інновацій та розширюється коло кінцевих бенефіціарів. Так, нішеві екомодернізації на рівні окремих домогосподарств, компаній та установ спрямовані на вирішення конкретного прагматичного бізнес-завдання (зміна рівня матеріало-, енерго-, ресурсомісткості виробництва та/або споживання). При їх масштабуванні, географічній і галузевій диверсифікації зростає потенціал їх впливу на економічний розвиток (наприклад, зростає вуглецева продуктивність ВВП, збільшується рівень ВВП на одиницю споживання енергії та інші індикатори «зеленого» зростання національної економіки), бенефіціарами цього стають вже не окремі суб'єкти, які запровадили нішеві екомодернізації, а значно більш широке коло стейкхолдерів (місцеві громади, територіальні спільноти, державні організації, інвестори, суспільство у цілому).

Пропонуємо виділяти такі види нішевих екомодернізацій:

1) ресурсооптимізуючі (для підвищення ефективності ресурсовикористання, енергоспоживання тощо); 2) інформаційні (для підвищення ефективності управлінського обліку та контролю потоків даних); 3) техніко-технологічні (для оновлення технологій, засобів, проектів, програм тощо, зокрема для зниження збитковості національної економіки); 4) споживчо-орієнтовані (для впливу на споживчі очікування); 5) інституційно-правові (для вдосконалення системи стандартів, нормативних актів, директив). Така класифікація дозволяє пооб'єктно визначати динаміку і ступінь впливу модернізаційних процесів на інтенсивність розвитку національної економіки та її безпекову складову, окреслювати точки зростання конкурентоспроможності країни на міжнародних ринках та забезпечення національної безпеки.

Література:

1. Алимов О. Системна модернізація механізмів реалізації регіональної екологічної політики / О. Алимов, І. Драган // *Економіка природокористування і охорони довкілля*. - К. : ДУ ІЕПСР НАН України, 2015. - С. 54-62.
2. Бужимська К.О. Сутність та складові модернізаційної системи економіки / К. О. Бужимська // *Вісник Жит. держ. технологічного університету. Серія: Економічні науки*. - 2015. - № 2. - С. 100-104.

ШКВИРЯ Н.О.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри маркетингу

Таврійського державного агротехнологічного університету

імені Дмитра Моторного

ОБГРУНТУВАННЯ ВИБОРУ КАНАЛІВ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливим етапом формування маркетингової стратегії є прийняття управлінського рішення щодо вибору каналу збуту продукції який буде прибутковим та конкурентоспроможним для реалізації продукції підприємства. Універсальним математичним інструментом для цього є метод аналізу ієрархій. Метод аналізу ієрархій – це систематична процедура, що ґрунтується на ієрархічному поданні елементів, які визначають суть проблеми [1]. Згідно з методом аналізу ієрархій структура завдання оптимального вибору представляється у вигляді ієрархії, яка в найпростішому випадку має три рівні: перший рівень - оптимальний вибір; другий рівень - критерії оптимального вибору; третій рівень - альтернативи, які необхідно порівняти для оптимального вибору. Метод аналізу ієрархій дозволяє проаналізувати критерії та альтернативи вибору, ґрунтуючись не тільки на людській інтуїції, а й на більш математичних методах, таких як матриці порівнянь. Даний метод має безліч перспектив для використання, він може використовуватися практично в будь-якій діяльності, що вимагає прийняття зваженого і багатокритеріального рішення. Метод аналізу ієрархій має величезний потенціал свого використання в маркетинговій діяльності, а саме для вибору каналу збуту продукції.

За допомогою методу аналізу ієрархій на прикладі молокопереробного підприємства ПрАТ «Комбінат «Придніпровський» обґрунтуємо вибір найбільш ефективного каналу збуту продукції. У якості альтернатив будуть виступати наступні фактори, які впливають на прибуток – обсяги реалізації, ступінь відповідності каналу вимогам споживачів, витрати на обслуговування каналу, рівень конкуренції, перспективність каналу. В результаті вихідна задача може бути представлена у вигляді наступної ієрархії (таблиця 1).

Таблиця 1

Вихідні дані для аналізу ієрархій

Критерії		Альтернативи	
K1 -	Обсяги реалізації	A1 -	Фірмові магазини
K2 -	Ступінь відповідності каналу вимогам споживачів	A2 -	Оптові покупці
K3 -	Витрати на обслуговування каналу	A3 -	Прямі поставки у супермаркети
K4 -	Рівень конкуренції		
K5 -	Перспективність каналу		

Джерело: власні дослідження

Процедура методу аналізу ієрархій передбачає наступні етапи: формування матриць попарних порівнянь; обчислення власних характеристик матриць; перевірка однорідності суджень; безпосередньо ієрархічний синтез.

Для формування матриць попарного порівняння використовувалися експертні оцінки. За даними проведених дослідження 30 експертів склали матриці, що характеризують порівняння альтернатив між собою щодо критеріїв. Для оцінок використовувалася шкала, що складається з 7 значень. Всі отримані матриці були оцінені і як підсумкових використані ті, для яких виконується умова однорідності суджень.

За допомогою методу аналізу ієрархій визначили, що найбільш важливими критеріям при виборі ефективного каналу продажу продукції підприємства є обсяги реалізації, рівень конкуренції та ступінь відповідності каналу вимогам споживачів.

Таблиця 2

Результати аналізу ієрархій

Продукція	K1	K2	K3	K4	K5	Вектор глобального пріоритету
Оптові покупці	0,23	0,21	0,20	0,27	0,19	0,21
Фірмові магазини	0,42	0,31	0,29	0,29	0,61	0,36
Прямі поставки у супермаркети	0,12	0,27	0,21	0,14	0,06	0,18

Джерело: власні дослідження

Результати аналізу ієрархій (таблиця 2) свідчать, що найбільш ефективним каналом збуту продукції ПрАТ «Комбінат «Придніпровський» за визначеними критеріями їх ефективності є фірмові магазини.

Проведений аналіз оцінки каналів збуту продукції з використанням методу аналізу ієрархій дає можливість наочно діагностувати прибутковість та ефективність того чи іншого каналу за обраними критеріями, виявити ступінь взаємозалежності всіх критеріїв для визначення подальшої маркетингової стратегії підприємства.

Література:

1. Шквиця Н.О. Вибір оптимальних каналів збуту молочної продукції / Шквиця Н.О., А.С. Шебуняєва // Тези доповідей Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі», 3 жовтня, 2017.: - X. : ХДУХТ, 2017. –С. 347-349.
2. Бродюк І.В. Стратегічний аналіз інвестиційного розвитку підприємства / І.В. Бродюк // Економіка та держава. – Київ, 2015. – № 4. – С. 131–133.
3. Куліш Т.В. Стратегічне маркетингове планування діяльності підприємств з використанням матричних методів/ Т.В. Куліш//Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки). - Мелітополь: Люкс,2012.- № 2 (18). - С.64-51.

ЯКОВЛЕВ В.І.,

аспірант кафедри міжнародного бізнесу і фінансів
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

Науковий керівник: доцент О.С. Другова

ЗОВНІШНІ ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ДІЯЛЬНІСТЬ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Машинобудування є однією з головних галузей розвитку промисловості в Україні. На сьогоднішній день відбувається велика кількість змін у зовнішньому середовищі, які впливають на діяльність підприємства. На сьогоднішній день українські підприємства машинобудування знаходяться у важкому стані, не здатність підприємства гнучко реагувати на нові виклики ставить під загрозу конкурентоздатність підприємства та його економічні показники у майбутньому.

Зовнішні фактори мають великий вплив на діяльність підприємства, до них можна віднести: політичну ситуацію в країні, яка загрожує ефективності функціонування підприємства. Відтік кваліфікованих кадрів з країни наносить загрозу інноваційній діяльності підприємства та його кадровому потенціалу. Економічна криза в країні стримує розвиток машинобудування та робить вітчизняні підприємства менш конкурентоздатними на зовнішньому та внутрішньому ринках. Розрив економічних зв'язків з країнами СНД негативно вплинув на виробництво продукції за рахунок дуже тісної співпраці між ними. Висока вартість банківських кредитів не дає змогу підприємствам машинобудування залучити додаткові фінансові ресурси для підвищення технологічного рівня виробництва та посилення діяльності науково-дослідницьких центрів. Система державного регулювання стримує поступовий розвиток українських підприємств за рахунок своєї недосконалості.

Розвиток машинобудівних підприємств зможе про стимулювати підвищення промисловості в цілому та залучити додаткові інвестиції у вітчизняну економіку. Пришвидшення процесу євроінтеграції України також дасть змогу переорієнтувати випуск продукції на високотехнологічну, яка зможе задовольняти потреби на європейському ринку, дасть змогу підвищити показники прибутковості та на їх основі зробити модернізацію основних фондів, провести додаткове стимулювання розвитку інноваційної діяльності на підприємствах та залучити техно-парки та вищі навчальні заклади до спільної розробки продукції, яка дасть можливість підвищити конкурентоспроможність не тільки на вітчизняному ринку, а й на міжнародному.

ЯЛАСТ В.А.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор А. С. Мохненко

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Основне значення системи оплати праці – полягає в тому, щоб стимулювати виробничу поведінку співробітників компанії, направивши їх на досягнення стратегічних завдань, що стоять перед нею, іншими словами, з'єднати матеріальні інтереси працівників із стратегічними завданнями організації.

Облік праці і заробітної плати займає одне з центральних місць в системі обліку в організації. У нових умовах господарювання найважливішими його завданнями є: у встановлені терміни проводити розрахунки з персоналом підприємства по оплаті праці (нарахування зарплати і інших виплат, сум до утримання і видачі на руки), своєчасно і правильно відносити в собівартість продукції (робіт, послуг) суми нарахованої заробітної плати і відрахувань органам соціального страхування, збирати і групувати показники по праці і заробітній платі для цілей оперативного керівництва і складання необхідної звітності, а також розрахунків з органами соціального страхування, Пенсійним фондом і фондом зайнятості.

На створюваних в даний час підприємствах з різними формами власності встановлюються нові форми організації праці. У даній проблемі важливим моментом є матеріальне стимулювання працівників, і перш за все забезпечення тісного зв'язку оплати праці з його конкретними результатами.

Це вимагає, у свою чергу, застосування прогресивних систем і форм оплати, які дозволяли б враховувати індивідуальні особливості кожного члена колективу в його трудовій діяльності. Пошуки оптимальних форм оплати праці, а отже і нових підходів до управління працею, які були б адекватні ринковим відносинам, ведуть до неминучих змін в системі обліку заробітної плати.

Для вдосконалення організації, нормування і оплати праці необхідно:

- забезпечити підвищення рівня організації робочого місця (поліпшення забезпечення матеріалами, сировиною, електроенергією, технічною документацією;
- своєчасна видача робочого завдання;
- поліпшення технічного стану робочого місця, проведення своєчасного профілактичного і поточного ремонту, модернізації;
- вдосконалення координації робіт на певному робочому місці з роботою структурного підрозділу в цілому і технологічно взаємозв'язаними робочими місцями і др.); інтенсивно упроваджувати ефективні моделі організації праці (розширення масштабів роботи, збагачення змісту праці, ротація робочого місця, впровадження проектної форми організації роботи, використання субпідрядників і др.);
- розробити адаптовану для підприємства гнучку єдину тарифну сітку, власну прогресивну шкалу міжрозрядних коефіцієнтів, що враховують складність праці, рівень кваліфікації і відповідальність та ін;
- забезпечити механізм послідовного встановлення мінімальної ставки першого тарифного розряду на рівні прожиткового мінімуму;
- підтримувати стабільність і своєчасність виплати заробітної плати, проводити її індексацію з урахуванням інфляції;
- вивчити можливості впровадження на комбінаті системи оплати праці на основі вартості робочого місця;
- забезпечити облік в системі оплати праці умов праці, змінності, професійної майстерності, продуктивності, інтенсивності, складності, якості праці, ритмічності, ініціативності, дотримання режиму економії, трудової і технологічної дисципліни;
- розробити гнучку систему індивідуального і колективного матеріального преміювання за наслідками роботи за місяць, квартал, півріччя і рік;
- розширити діючу систему морального стимулювання з організацією вшанування (преміювання, нагородження) кращих працівників, листів з вдячністю сім'ї і др.;
- забезпечити одночасність вдосконалення системи оплати праці, атестації, паспортизації робочих місць і атестації працівників;
- підвищити якість і укріпити систему нормування праці у всіх структурних підрозділах з використанням різноманітних видів нормування (норм вироблення, норм обслуговування, норм часу і ін.);
- ширше використовувати різні форми контролю за роботою виконавців (за результатами роботи, її якістю, дотриманням трудової технологічної дисципліни, правил охорони праці і ін.), забезпечити гласність результатів оцінки і контролю;
- визначити чітку відповідальність різного роду порушення, упущення, конкретизувати заходи матеріальної і дисциплінарної відповідальності, забезпечити їх порівняння з важливістю роботи і тяжкістю провини; гарантувати затребуваність відповідальності;
- створити оптимальні умови для кар'єрного зростання добре працюючим працівникам (підвищення тарифного розряду, в посади, перекид на престижніше місце роботи і ін.).

Література:

1. Матвеев О.О. *Економіка підприємства* / О.О. Матвеев – К.: Либідь, 2015. – 346 с.
2. Mokhnenko A. *Formation of account of reservoir expenses model* / I.Perevozova, A.Mokhnenko, L.Mykhailyshyn, O.Stalinska, O.Vivchar // *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*. – London, 2019. – № 23. – *Special Issue* 2. – Access mode: <https://www.abacademies.org/articles/formation-of-account-of-reservoir-expenses-model-224.html>

СЕКЦІЯ 5

ІННОВАЦІЇ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

БАЛАН М.М.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: старший викладач О.М. Саух

МЕТОДИКА ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖПРЕДМЕТНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ «СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ МАШИНИ»

Викладач ПТНЗ під час викладання нового матеріалу повинний спиратися на знання учнів із загальноосвітніх предметів, набутих під час навчання не тільки в ПТНЗ, але й у школі I-III ступенів.

Однією з ефективних умов для успішної реалізації зв'язку теоретичного навчання предмету «Сільськогосподарські машини» із загальноосвітніми предметами є узгодження за часом вивчення взаємозалежних тем. У залежності від цього узгодження зв'язку між предметом «Сільськогосподарські машини» і загальноосвітніми предметами можуть бути попередні (випереджальні) і наступні (перспективні).

Взаємозалежне викладання предмета «Сільськогосподарські машини» і загальноосвітніх предметів відіграє важливу роль у засвоєнні учнями наукових понять. Так, з поняттям про тертя учні знайомляться на заняттях фізики ще у школі. На заняттях по тракторам та автомобілям, вивчаючи теми «Кривошипно-шатунний механізм. Блок-картер і газорозподільчий механізм», «Системи змащення двигунів», «Зчеплення, коробка передач і роздавальні коробки», - учні неодноразово закріплюють і поглиблюють ці поняття, знайомлячи зі способами його зменшення і збільшення в техніці, зокрема в тракторі й автомобілі, а також з видами тертя: сухим, напівсухим, рідинним, граничним.

Таке поетапне ознайомлення учнів з тертям на заняттях фізики, по тракторам і автомобілям сприяє формуванню в них міцного поняття про тертя.

З метою поліпшення умов для реалізації зв'язків теоретичного навчання з предмету «Сільськогосподарські машини» із загальноосвітніми дисциплінами, лабораторно-практичними заняттями і виробничим навчанням необхідно систематично проводити наступні організаційно-методичні заходи:

1. Розгляд на педагогічних радах, засіданнях методичних комісій і семінарах питань про реалізацію міжпредметних зв'язків.

2. Систематичне вивчення викладачами змісту загальноосвітнього, лабораторно-практичного і виробничого навчання учнів шляхом аналізу програм, учбово-методичних посібників і відвідуванням занять.

3. Вивчення, узагальнення і упродовження викладачами передового педагогічного досвіду про реалізацію міжпредметних зв'язків шляхом взаємовідвідування занять, проведення відкритих занять, вивчення літератури, прослуховування лекцій, виступів з доповідями по даній проблемі.

Для реалізації міжпредметних зв'язків теоретичного навчання з предмета «Сільськогосподарські машини» із загальноосвітніми, загальнотехнічними, спеціальними предметами і розділами виробничого навчання можна використовувати наступні методи і дидактичні прийоми:

- бесіду для виявлення знань учнів, необхідних для вивчення «Сільськогосподарських машин»;
- повторення учнями відповідного навчального матеріалу з предметів загальноосвітнього і професійно-технічного циклів перед вивченням визначеної теми з предмету «Сільськогосподарські машини»;
- демонстрацію наочного приладдя й устаткування з кабінетів фізики, хімії на теоретичних заняттях з «Сільськогосподарських машин»;
- постійне підвищення ролі знань по предметах загальноосвітнього та професійно-технічного циклів в успішному вивченні «Сільськогосподарських машин»;

- порівняння вивчених на заняттях фізики двигуна внутрішнього згорання з тракторним і автомобільним двигунами, електромагнітного реле з реле-регулятором, електродвигуна з електричним стартером і т.ін.

Отже, у процесі теоретичного навчання з предмету «Сільськогосподарські машини» викладач повинний постійно здійснювати міжпредметні зв'язки не тільки з фізикою, хімією, математикою, кресленням, але і з економічною географією та другими спеціальними предметами. А також розділами виробничого навчання.

Література:

1. *Войтюк Д. Г. Сільськогосподарські та меліоративні машини : навч. посіб. / Д. Г. Войтюк, В. О. Дубровін, Т. Д. Войтюка. – К.: вища школа, 2004. – 544с.*
2. *Тхоржевський Д. О. Методика трудового та професійного навчання. 4-е видання, перероблене і доповнене. – К.: НПУ ім. П. М. Драгоманова, 2001. – с.*
3. *Каплінський В. В. Методика викладання у вищій школі: Навчальний посібник / В. В. Каплінський. – Вінниця: ТОВ «Ніланд ЛТД», 2015 – 224 с.*
4. *Гевко, Р. Б. Машини сільськогосподарського виробництва: навчальний посібник / Р. Б. Гевко, І. Г. Ткаченко, І. І. Павх. — Вид. 2-е, доопр. — Тернопіль: ТДПУ, 2005. — 228 с.*

БОРИСЕВИЧ О. М.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.п.н., доцент Л. М. Шпак

РЕАЛІЗАЦІЯ ЗМІСТУ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ ЗАСОБАМИ СУЧАСНИХ ПЕДАГОГІЧНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Ситуація, яка склалася в сучасній освіті, не досить відповідає об'єктивним вимогам, які ставить сучасне динамічне суспільство до фахівців надання освітніх послуг. Орієнтація на минулий досвід і повсякчасна незадоволеність людини своїм станом в середині системи створили розрив між швидкими темпами життя й сучасною освітою.

Нові вимоги, що ставлять перед закладами середньої освіти, сучасні темпи розвитку науки, техніки, виробництва, змінюють саме поняття змісту освіти. Замість формування знань, умінь та навичок у зміст освіти введено компетентісний підхід, також завдання формування самостійності, розвитку пізнавальних здібностей учнів, рис творчої діяльності, культури праці тощо [1].

Окреслюючи основні методологічні засади реформування змісту базової й профільної середньої освіти, не можна не відзначити такі його аспекти, як: національний (збереження та розвиток національної української культури й культур інших етносів, відтворення народних традицій і звичаїв, промислів, ремесел); демократичний (позбавлення впливу будь-яких політичних партій і класового підходу в доборі елементів змісту освіти); особистісний (всебічний розвиток, соціалізація дитини, індивідуальний підхід до неї); регіональний (національна, економічна, соціокультурна своєрідність регіону).

За аналізом наукових досліджень встановлено, що сутність змісту освіти подається в чотирихелементній структурі. Згідно їхньої концепції зміст освіти включає такі взаємопов'язані елементи людської культури:

- система знань про природу, суспільство, техніку, мислення, способи діяльності, що формує загальну картину суспільства;
- система загальних інтелектуальних і практичних вмінь та навичок як основа діяльності;
- досвід творчої діяльності, який виявляється в здатності до розв'язання навчально-творчих завдань;
- досвід емоційно-ціннісного ставлення до всесвіту, міжособистісні відносини (мотиви, потреби).

Проблема сучасного змісту трудового навчання основної школи піднімається у працях Р. С. Гуревича, В. О. Дідуха, О. М. Коберника, В. М. Мадзігона, Г. Є. Левченка, В. К. Сидоренка, Г. В. Терещука та ін. [2].

Сучасні методи навчання, які ґрунтуються на компетентісному підході, як системній інновації, активних, самостійних формах реалізації знаннєвого компоненту роботи з інформацією, поволи витісняють демонстраційні та пояснювально-ілюстративні методи, які широко використовуються традиційною методикою навчання. Паралельно цьому відбувається впровадження в освітній процес інноваційних технологій, а, саме: проектної технології, інтерактивних технологій, технологій особистісно-орієнтованого навчання тощо [3].

Серед різноманіття нових педагогічних технологій у сучасній системі освіти для вирішення поставлених завдань найбільш оптимальною є проектна методика (метод проектів).

Необхідність якісних змін в освіті, пошуки методів підвищення її ефективності сприяли зародженню нового етапу в проектній методиці. У даний час українськими вченими В.В. Бербецем, О.М. Коберником, С.М. Ящуком та іншими було проведено значні дослідження в даному напрямку [4].

У наш час, коли в закладах середньої освіти впроваджуються нові програми з трудового навчання, що побудовані на засадах проектно-технологічного підходу, перед вчителями виникають нові завдання, оскільки багато вчителів не знайомі зі структурою та методами організації проектно-технологічної діяльності. Адже успішність проектної методики забезпечується лише за умови правильно спланованої, організованої та послідовної роботи вчителя та учня.

Отже, включення учнів у проектно-технологічну діяльність сприяє формуванню ключових та предметних компетентностей і орієнтиром на досягнення очікуваних результатів навчально-пізнавальної діяльності учнів ЗСО, які в свою чергу проявляються через знаннєвий, діяльнісний та ціннісний компонент; здатності самостійної орієнтації в науковій, навчально-методичній і довідниковій літературі; формуванню творчого системного мислення, технологічної культури і етики; підсиленню уяви, що є потужним стимулом народження нових ідей; психічному розвитку дітей; успішній адаптації молоді до сучасних соціально-економічних умов; формуванню потреби високої мотивації освітньої діяльності і прагнення до самоосвіти; реалізації особистісно-орієнтованої освітньої діяльності в умовах організації проектно-технологічної діяльності учнів; підготовці школярів до професійного самовизначення.

Головним інструментом організації освітньої діяльності учнів на уроках трудового навчання є метод проектів - це комплексний процес, який формує в школярів предметні проектно-технологічні компетентності, основи технологічної та графічної грамоти, культуру праці, і, спрямований на оволодіння ними способами перетворення матеріалів, енергії, інформації, технологіями їх обробки.

Література:

1. Сидоренко В. К. *Проектно-технологічний підхід як основа оновлення змісту трудового навчання* / В.К. Сидоренко // *Трудова підготовка в закладах освіти*. - 2004. - № 1. - С. 2-4.
2. Терещук Г. В. *Загальні дидактичні основи індивідуального підходу до учня* / Г.В. Терещук // *Трудова підготовка в закладах освіти*. - 2016. - № 4. - С. 28-33.
3. Андрущенко, Н.О. *Інтерактивні методи навчання як засіб розвитку пізнавальних інтересів учнів* / Н.О. Андрущенко // *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методи навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: зб. наук. пр. -/Редкол.: І.А. Зязюн та ін. – Київ-Вінниця: ТОВ фірма «Планер», №38. - 2009. - С. 282-284.*
4. Коберник О. М., Ящук С. М. *Методика організації проектно-технологічної діяльності учнів на уроках трудового навчання*/ О.М. Коберник, С.М. Ящук-Умань, 2010.-80 с.
5. Ящук С. М. *Суть та структура проектно-технологічної діяльності учнів* / С.М. Ящук // *Збірник наук. праць УДПУ - К., 2012. - С. 298-304.*

Бут Є.Ю.,

студент 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: старший викладач О.М. Саух

ВПЛИВ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ НА ДОВКІЛЛЯ

Сьогодні у нашій державі вплив автомобільного транспорту на екологічну ситуацію досяг критичної межі – показники забруднення атмосферного повітря і довкілля перевищують всі допустимі показники світових норм і стандартів. Тому проблема зменшення негативного впливу на довкілля автомобільного транспорту на всіх стадіях його життєвого циклу є актуальною.

Аналізуючи сучасний стан експлуатації автомобілів, необхідно сказати, що їх вплив на забруднення навколишнього середовища та на здоров'я людей зумовлений тим, що:

- експлуатація основної маси автомобільного транспорту сконцентрована в місцях з високим показником населення – містах, промислових центрах;
- шкідливі викиди від автомобілів здійснюються в найнижчих, приземних шарах атмосфери, там де проходить основна життєдіяльність людини;
- відпрацьовані гази двигунів автомобілів містять висококонцентровані токсичні компоненти, які є основними забруднювачами атмосфери [1].

Причинами викидів токсичних речовин у довкілля автомобілями є: неправильно відрегульовані елементи системи живлення (карбюратор, форсунки, паливний насос високого тиску), запалювання, а також несправність системи випуску відпрацьованих газів. Це призводить до перевищення вмісту шкідливих речовин, наприклад, окис вуглецю, у відпрацьованих газах у 2,5-5 разів.

Шкідливі речовини, що містяться у викидах відпрацьованих газів автомобіля, вкрай негативно впливають на здоров'я людини. Токсичні компоненти забрудненого довкілля потрапляють в організм людини при вдиханні повітря і всмоктуються у кров, вражаючи при цьому дихальні шляхи та легені. Вуглекислий газ викликає захворювання крові, серця, центральної нервової системи. А такий токсичний компонент як оксид азоту сприяє виникненню астми.

Поширений також шлях надходження забруднення в організм людини через так званий ланцюг живлення: «грунт – вода – рослина – тварина – людина». Основним джерелом такого забруднення довкілля є діяльність підприємств з технічного сервісу автомобілів, парки озброєння і техніки у військових частинах [2].

Для забезпечення екологічно сталого розвитку екологічної безпеки автомобільного транспорту необхідне ефективне використання наявних інфраструктур, зниження потреб на перевезення і готовність переходу до використання екологічно чистих транспортних засобів, а під час розроблення конструкцій нової автомобільної техніки потрібно розглядати екологічні пріоритети автомобіля із врахуванням його повного життєвого циклу.

Література:

1. Гутаревич Ю. Ф., Макейчик В. П., Копач А. О. Шляхи підвищення екологічної безпеки дорожніх транспортних засобів // Вісник східноукраїнського НУ ім. Володимира Даля. – Луганськ, 2004 № 7 (77), ч 1. – С. 11-15.
2. Романченко І. С., Сбитнев А. І. Створення системи керування станом навколишнього середовища у Збройних Силах України // Наука і оборона. – 2003, № 1. – С. 38-43.

ЄРШОВА А.О.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.п.н., доцент Р.В. Чепок

РОЛЬ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ ГРАФІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ УЧНІВ ПТНЗ

Комп'ютерні технології на заняттях з технічного креслення як загальнотехнічного предмета ПТНЗ розв'язує такі завдання:

- навчає учнів свідомо читати технічне креслення, розробляти графічну документацію для виготовлення деталей і виробів, відтворювати образи предметів та аналізувати їх форму і конструкцію;
- самостійно користуватися і навчатися за програмами по технічному кресленню;
- розвиває технічне мислення, пізнавальну активність та просторову уяву;
- ознайомлює учнів з найважливішими правилами виконання технічного креслення;
- формує в учнів елементи інженерно-технічних знань, допомагає їм зрозуміти основний напрям та зміст технічного прогресу, пов'язаного з механізацією, автоматизацією та комп'ютеризацією виробництва.

На заняттях з технічного креслення комп'ютер необхідно використовувати починаючи з 1-го курсу ПТНЗ при вивченні усіх тем навчальної програми, наприклад, при вивченні нового матеріалу, виконанні графічних робіт, тематичному оцінюванні знань.

Педагогічний досвід роботи окремих учителів технологій та технічного креслення свідчить про те, що викладачеві бажано планувати роботу таким чином, щоб на уроці забезпечити вміле поєднання традиційних форм і методів навчання з комп'ютерним навчанням. Безперечно, що опануванню комп'ютерної грамотності учнів сприяють уроки інформатики [2].

Зауважимо, що після набуття елементарних навичок спілкування з комп'ютером на уроках інформатики в учнів не виникає труднощів і у спілкуванні з комп'ютером при вивченні будь-якої теми з креслення. Наприклад, при вивченні розділів «Виконання і читання креслень», «АксонOMETричні проєкції. Технічний рисунок», «Складальні креслення» та ін. можна використовувати програми САПР, що дозволить викладачеві урізноманітнити форми та методи викладання і сприятиме розвитку інтересу до професії конструктора.

Комп'ютер можна використовувати як «організатора» індивідуальних і колективних олімпіад. Він чітко регламентує усі умови проведення змагань, стежить за часом, підраховує бали і є абсолютно неупередженим суддею.

Отже, можна стверджувати, що якщо кожен учень на уроці буде забезпечений комп'ютером, то це створить оптимальні умови для залучення його до різних видів трудової (графічної) діяльності; забезпечить належний рівень професійної підготовки з урахуванням можливостей праці в умовах різних форм власності і конкуренції на ринку праці; розвиватиме дитячу творчість, працьовитість, самостійність, відповідальність, кмітливість, ініціативність; сприятиме орієнтації на визначенню інтересів, нахилів, здібностей у різних видах трудової діяльності. Заняття з технічного креслення сприятимуть професійному самовизначенню учнів ПТНЗ, розвитку технічної творчості і конструкторських здібностей, дозволять приймати раціональні рішення при виконанні теоретичних і практичних завдань.

Використання ЕОМ у навчанні кресленню пов'язане з вирішенням цілої низки дидактичних завдань, спрямованих на підвищення рівня навчання й виховання на заняттях з цієї дисципліни. Однак, не можна не враховувати той факт, що лише за допомогою ЕОМ ми не навчимо учнів самостійно виконувати графічні побудови, конструкторські документи (креслення, ескізи, схеми тощо), не сформуємо уміння та навички, які становлять сутність професійної підготовки.

Аналіз програми з технічного креслення дав змогу виявити деякі напрями використання комп'ютерної техніки на уроках технічного креслення:

- демонстрування графічних дій і прийомів у динаміці (наприклад виконання спряження, побудова ескізу, поділ кола тощо);
- використання комп'ютерної техніки як джерела інформації, необхідної для розробки конструкторської документації, побудови за допомогою графопобудовника (плотера) креслень, ескізів тощо [1].

За допомогою ПК можна за бажанням учителя або учня здійснити контрольне опитування з певної теми або розділу. Дослідження окремих науковців свідчать про те, що процес формування понять за допомогою комп'ютера проходить ефективніше: багаторазове повторення означень, понять, креслень, малюнків, ескізів тощо на дисплеї швидше виробляє в учнів алгоритм розпізнавання виду графічного зображення.

Ефективність використання комп'ютера в цьому разі визначається ще й тим, що скорочується час на вивчення даної теми за програмою. Персональний комп'ютер вивільняє час для графічної діяльності, дає змогу учням ліквідувати прогалини в знаннях, повернутися до вивченого раніше матеріалу. У разі виникнення труднощів учень може викликати необхідну інформацію на дисплей (скажімо, означення певного поняття) і, прочитавши його ще раз, перейти до виконання завдання.

Отже, ЕОМ на уроках технічного креслення доцільно використовувати в режимі навчання, тренажера та контролю. Природно, що режим роботи ПК визначає й тип програми: навчальна, тренувальна та контролююча. У режимі навчання ЕОМ повинна вести учнів від незнання до знань. Навчальні програми можуть бути записані на компакт-дисках, флешках і презентувати учням нові знання, скажімо, про використання комп'ютерів на виробництві, у сільському господарстві, зв'язку, медицині тощо. У режимі тренажера за допомогою комп'ютера відпрацьовується один елемент, наприклад, уміння розрізнити за певними ознаками серед багатьох зображень одне конкретне. Під час розробки програми треба обов'язково передбачити реакцію комп'ютера на помилку та пояснення до неї. Пояснення може бути обов'язковим або викликатися на дисплей за бажанням учня. У програмі має бути чітко вказаний шлях слідування після того, як пояснення вивчене: повернутися до першого завдання та виконати його знову або рухатися далі. У режимі контролю ПК підраховує помилки, допущені учнями, і оцінює правильність відповідей. Тут слід чітко визначити шлях від одного завдання до іншого або

допустити можливість повернення до попереднього завдання, проте не повідомляти додаткову інформацію.

Література:

1. Михайленко В. Є. *інженерна та комп'ютерна графіка* / В. Є. 1. Михайленко, В. В. Ванін, С. М. Ковальов. – м. Київ: "Каравела", 2010. – (ТОВ "Друкарня"Бізнесполіграф"). – ("Українська книга").
2. Тхоржевський Д. О. *загальні засади методики трудового навчання* / Д. О. Тхоржевський // *методика трудового та професійного навчання* / Д. О. Тхоржевський. – м. Київ: РННЦ "ДНІТ", 2000. – (НПУ ім. М. П. Драгоманова).

КОРІНЬ Д.О.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки та менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівний к.п.н., доцент Л.М. Шпак

ОСОБЛИВОСТІ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ В УМОВАХ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ

Концепція Нової Української школи має зробити еволюцію середньої освіти від знаннєвої моделі до компетентної, тобто, такою щоб спрямованість навчально-виховного процесу було направлено на досягнення конкретних результатів. Сучасним школярам найбільше в школі не вистачає практичних завдань, логічно-структурованого навчального часу, тестів спрямованих на профорієнтацію та інтегрованих освітніх матеріалів, які сприятимуть мотивації навчальної діяльності [1].

Компетентність (від лат. Competens (competentis-належний, відповідний), за матеріалами словника іншомовних слів, означає поінформованість, обізнаність, авторитетність. Компетентність, як властивість за значенням компетентний, тобто:

- 1) такий, що має достатні знання в якій-небудь галузі; який з чим-небудь добре обізнаний; тямущий; який ґрунтується на знанні кваліфікований;
- 2) має певні повноваження; повноправний, повновладний –вживається у тлумачному словнику української мови.

У Державному стандарті початкової загальної освіти компетентність розуміється як набута у процесі навчання інтегрована здатність особистості, яка складається зі знань, досвіду, цінностей і ставлення, що можуть цілісно реалізовуватися на практиці [2].

Освітній підхід, заснований на позначенні компетентності як мети, визначається сьогодні як компетентнісний. У сучасній освітній практиці поняття компетентності виступає в якості центрального, «вузлового», так як компетентність, по-перше, позначає інтелектуальну складову освіти; по-друге, в поняття «компетентність» закладена ідеологія інтерпретації змісту освіти, в наслідок чого формується «від результату», вбираючи в себе ряд однорідних умінь і знань, що відносяться до широких сфер культури і діяльності (професійної, правової, навчальної та ін.). На думку авторитетних експертів, компетентнісний підхід - це методологічний фундамент нової, парадигми, що тільки починає формуватись, в професійній освіті [2].

Український педагог Н.Є. Мойсеюк вважає, що «компетентність- якість особистості, яка необхідна для якісної продуктивної діяльності в певній сфері». Вона наголошує, що до складу компетентності входять не абстрактні загальні та предметні вміння та навички, а конкретні життєві, які будуть необхідними людині будь-якого віку [3].

Акцент на поєднання різних складових компетентності відображено і в глосарії освітнього європейського проекту «Тьюнінг»: компетентності є «динамічним поєднанням когнітивних та метакогнітивних умінь та навичок, знань і розуміння, міжособистісних, розумових та практичних умінь і навичок, а також етичних цінностей». Їх розвиток, за вказаним документом, передбачений у всіх навчальних дисциплінах і оцінюються на різних етапах програми. Також зазначено, що окремі компетентності можуть бути предметними (специфічними для навчальної галузі), інші є загальними (спільними для всіх курсів програми) [2].

Впровадження стандартів нової української школи включає діяльнісний підхід до організації вчителем навчально-трудої діяльності, через автономію вчителя у досягненні очікуваних результатів. Перехід до компетентісного підходу в освіті, вимагає суттєвих змін в ланках педагогічної системи, а саме:

1. У цінностях, меті і результаті освіти, тобто, від засвоєння системи знань, умінь і навичок, до формування базових соціальних предметних компетентностей сучасного фахівця трудового навчання.

2. У змісті самої освіти, від дисциплінарно розкиданої абстрактної інформації, до системної зорієнтовуючої основи компетентісних дій і вчинків.

3. У педагогічній діяльності вчителя, маючи на увазі перехід, від монологічної викладки матеріалу, до педагогіки творчої співпраці і діалогу учитель і учень .

Однією з вимог вчителя у компетентісному підході в базовій середній школі є: спрямувати учнів на розуміння того, де та як необхідно приміняти отримані знання на практиці. А також використовувати їх, як наприклад для рішення та досягнення високих цілей в майбутньому. Виховувати у школярів позитивне ставлення до різних видів професійної активної та громадської діяльності .

Спільною для усіх ключових компетентностей є такі вміння як:

1. уміння читати й розуміти прочитане;
2. вміння висловлювати думку усну й письмово;
3. здатність логічно обґрунтовувати ситуацію;
4. застосовувати емоційний інтелект;
5. виявляти ініціативу;
6. уміння конструктивно керувати емоціями;
7. вміння конструктивно вирішувати проблеми, оцінювати ризики та приймати рішення;
8. здатність співпрацювати в команді та ін.

Першочергово була визначена необхідність навчитися набувати знання, враховуючи швидкі зміни, пов'язані з науковим прогресом і новими формами економічної та соціальної діяльності; слід поєднувати достатньо широкі загальні знання з можливістю глибокого вивчення обмеженої кількості шкільних предметів. Водночас наголошено на необхідності навчитися працювати, удосконалюватись у своїй професії (набувати компетентності), адже це дає можливість упоратися з численними непередбачуваними ситуаціями, що у свою чергу, значно полегшує роботу в групі та колективі [2].

Отже у контексті освітніх реалій сьогодення мета компетентісного підходу може конкретизуватись як підготовка учнів до життя, розвиток їх інтелектуальних і творчих здібностей, опанування знань, актуалізація умінь, затребуваних життям, уміння спілкуватись, контактувати з іншими людьми, у тому числі задля розв'язання конкретних проблем, уміння опрацьовувати інформацію, гнучко реагувати на зміни в житті тощо.

Відповідно мета навчання виступає нині як формування ключових компетентностей учнів.

Література:

1. Закон України про освіту академ курс. : підручник для навчальних закладів. 2018 С. 1
2. Програма трудового навчання ТОВ «Український освітянський видавничий центр «Оріон» серія ДК №4918 ВІД 17.06.2015 р. С. 6-8-9.
3. Мойсеюк Н. Педагогіка: Навч. посібник / Н. Мойсеюк. – К., 2007. – 65 с.

КОСТРИЦЬКИЙ В.Г.,к.т.н., доцент, доцент кафедри технологічної та професійної освіти
Херсонського державного університету**САУХ О.М.,**старший викладач кафедри технологічної та професійної освіти
Херсонського державного університету**ДУБОВИК Л.П.,**к.п.н., доцент, доцент кафедри професійної освіти
Херсонського державного аграрного університету

З ДОСВІДУ ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ОПІР МАТЕРІАЛІВ»

Основною метою дисципліни «Опір матеріалів» являється формування навичок виконання розрахунків елементів конструкцій, що зазнають того чи іншого виду деформації. При цьому уявлення про процеси, що відбуваються всередині матеріалу конструкції при навантаженні, в значній мірі існують у вигляді гіпотез і припущень. Виконані ж розрахунки повинні з достатньою точністю прогнозувати чи витримає матеріал навантаження при експлуатації і відповідно конструкція не зруйнується на протязі експлуатаційного періоду.

Крім теоретичних відомостей, необхідних для розв'язання задачі, приклади виконання розрахунків елементів конструкцій, що зазнають того чи іншого виду деформації, приведені в багатьох посібниках [1, 2, 3, 4] та інші. Але на нашу думку цього недостатньо, тому як відсутні рекомендації, вказівки щодо організації і проведення відповідних практичних занять передбачених навчальним планом дисципліни. Вказана обставина спонукала до викладу досвіду організації та проведення практичних занять з опору матеріалів.

На практичних заняттях з опору матеріалів студенти повинні навчитися стандартним методам розрахунків, які вони повинні не просто запам'ятати, а яким вони навчаються на прикладах. Для виконання практичних розрахунків недостатньо запам'ятовування теоретичних висновків і формул. Оскільки знання і уміння не одне і теж. Роль практичних занять в процесі навчання дуже значна, оскільки використання будь яких відомостей в їх практичному застосуванні забезпечує незрівнянно більш міцне запам'ятовування, чим просте заучування цих відомостей.

Розглянемо можливі форми проведення практичних занять.

1. Рішення задач студентами біля дошки.

Викладач записує на дошці умову задачі і викликаний студент вирішує її.

2. Розв'язання задач студентами на місцях.

Викладач записує на дошці умову задачі і дає деякі пояснення, після чого студенти розв'язують її самостійно.

3. Розв'язання задачі викладачем біля дошки. Використання цієї форми практичних занять необхідно на початку нової теми або при розв'язанні задач нового типу, так як в процесі пояснення показується методика рішення.

Встановлено, що приведені форми проведення практичних занять, не забезпечують достатню активність студентів і при цьому відсутня впевненість, що кожен студент виконає комплекс всіх розглянутих задач.

Пропонується наступна методика проведення практичних занять, що протягом кількох років застосовується нами і яка забезпечує більшу активність студентів протягом всього періоду вивчення дисципліни. Полягає вона в наступному. Викладач на дошці показує рішення задачі даного типу. Після цього кожному студенту видається індивідуальне завдання, що складається, як правило, із двох-трьох задач, розв'язок яких розрахований на дві академічні години. Отримують його студенти у вигляді карток-завдань. Задачі за змістом підбирають ретельно, щоб вони відповідали здібностям студента середнього рівня. Для підготовки індивідуальних завдань студентам можна рекомендувати використання посібника [1].

На занятті задачі, що отримані студентом, розв'язуються самостійно під контролем викладача. В процесі розв'язку студенти можуть задавати питання викладачу і користуватися будь-якими посібниками.

При перевірці розв'язків виконаних студентами викладач за необхідністю вказує на наявні похибки, які в подальшому повинні бути виправлені. Найбільш характерні похибки, що були виявлені при перевірці, викладач аналізує на початку наступного практичного заняття.

Необхідно відмітити велике виховне значення описаного методу. Студенти з початку занять привчаються до регулярної самостійної роботи. Маючи індивідуальні, хоч і близькі за змістом задачі, вони не переписують один у одного рішення, так як всі знаходяться в рівних умовах і мають можливість звернутися з питаннями до викладача. Викладач при цьому не ставить студентам у вину відсутність знань і завжди готовий допомогти, надати вказівки і рекомендації окремо кожному студенту.

Зазначимо також, що викладач повинен заздалегідь продумати і виконати розв'язок задачі. Демонстрація студентам творчого процесу рішення недоречна, так як може привести до зайвої витрати часу.

Вкажемо, що практичні заняття повинні використовуватись для повторення викладеного на лекціях матеріалу, що потрібно для міцного засвоєння відповідних знань та придбання відповідних навичок.

Література:

1. Ковтун В.В., Павлов В.Г., Дорофєєв О.А. *Опір матеріалів. Розрахункові роботи: Навч. посіб.* – Львів: Афіша, 2002. – 280с.
2. Корнілов О.А. *Короткий курс опору матеріалів: Підручник.* – Львів: Магнолія 2006, 2007. – 170с.
3. Мильников О.В., Підгурський М.І. *Основні питання опору матеріалів. Конспект лекцій та практичних занять для студентів заочної форми навчання.* – Тернопіль: Видавництво ТНТУ, 2012. – 180с.
4. Писаренко Г.С. та ін. *Опір матеріалів: Підручник / Г.С.Писаренко, О.Я.Квітка, Е.С. Уманський. За ред. Г.С.Писаренко. 2-ге вид. доп і переробл.* – К.: Вища школа, 2004. – 655с.

МАКОРТЕТ А.Г.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.п.н., доцент Л.М. Шпак

ФОРМУВАННЯ ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТЬОГО ВЧИТЕЛЯ ТЕХНОЛОГІЙ

Кардинальні зміни, що відбуваються в усіх сферах життєдіяльності суспільства, актуалізували ідею самоцінності людини як основної мети економічного, політичного і культурного розвитку суспільства. Ці обставини призвели до переоцінки мети, функцій та змісту освіти. Особливого значення за цих умов набуває активний пошук ефективної системи формування високопрофесійних фахівців, здібних до швидкої адаптації на ринку праці, зміні спеціалізації в рамках визначеного напрямку, готових до безперервної самоосвітньої діяльності та професійної творчості.

Взаємозв'язок теоретичного і практичного навчання, взаємодія навчально-пізнавальної, навчально-практичної і самостійної діяльності студентів формують систему професійних знань, умінь і навичок. Результатом професійної діяльності, яка не обмежується підготовкою студентів є професійна компетентність.

Компетентнісний підхід – це підхід, який акцентує увагу на результатах освіти не як суми засвоєної інформації, а як здатності людини діяти в різних ситуаціях. У цьому зв'язку сформовану компетентність студента можна розглядати основним якісним показником освітнього результату і, відповідно, це досягнення можна вважати педагогічною метою, що найбільш повно відображає потреби суспільства й особистості.

Зміни в галузі педагогічних цілей викликають необхідність змін у змісті загальнопредметної освіти через рівень навчального предмета, навчального матеріалу, рівень взаємодії вчителя та студента.

На вирішення цих питань спрямовані зусилля науковців і практиків, які досліджують проблеми компетентностей особистості в освіті (С.П. Бондар, Дж. Равен, Т.В. Добудько, І.А. Зимня, М.І. Лукьянова, Р.П. Мільруд, А.В. Хуторський та багато інших).

Компетентнісний підхід фактично є черговим етапом відновлення змісту освіти для збереження відповідності освіти потребам сучасної цивілізації.

У педагогічній науці науково розроблена ідея професійної компетентності через рівень результативності педагога в діяльності. Причому в дискусіях останніх років це визначення охоплювало все те, що входило в розгляд понять: кваліфікація, професіоналізм, готовність (І. Д. Богасва, І. Д. Елканов, Н. В. Кузьміна, А. К. Марков, А. І. Міщенко, А. В. Сластенін). Зміст професійної компетентності містить як рівень базової і спеціальної освіти, так і уміння акумулювати широкий досвід в практичній діяльності. При цьому знання виступають потенціалом, науково-практичним багажем, який має в своєму розпорядженні фахівець, але привести їх у дію можуть лише додаткові чинники, володіння якими відбувається на індивідуально-особистісному рівні [3].

Формування проектно-технологічної культури майбутнього вчителя технологій може бути охарактеризована декількома – спеціальною, яка передбачає володіння на високому рівні професійною діяльністю; соціальною – володіння способами спільної професійної діяльності і співробітництва; індивідуальну компетентність – володіння прийомами самореалізації і саморозвитку індивідуальності у рамках професії, здібність до творчого прояву своєї індивідуальності; особистісну компетентність – володіння способами самовираження і саморозвитку.

Під проектно-технологічною культурою майбутнього вчителя технологій ми розумітимемо інтеграційну професійно-особистісну характеристику суб'єкта діяльності, що дає змогу максимально адекватно самоактуалізувати себе при творчому вирішенні виникаючих проектних завдань.

Якщо представити систему проектно-технологічної культури майбутнього вчителя технологій у вигляді графема, то вона виглядатиме як: мотиваційна компетенція – професійно-практична компетенція – комунікативна компетенція – проектно-художня творчість. Однією з основних ланок в системі інженерно-технічної компетентності майбутнього вчителя технологій є професійно-практична компетентність. У своїй єдності знання виступають, як набуття майбутнім вчителем технологій нових здібностей, тобто нових способів професійних дій. Мета і загальна мотивація – єдині, тобто є вихідними умовами формування з окремих учасників освітнього процесу певної спільності [1; 2; 4].

Проектно-технологічна діяльність - це пізнання майбутнього вчителя технологій – процес оволодіння об'єктивно або суб'єктивно новими конструкторськими, технологічними знаннями в галузі дизайн-проекування, способами діяльності, передбачення перспектив їхнього розвитку. Кожний є результатом сформованих компетентностей – мотиваційної, комунікативної, професійно-практичної, а, загалом, проектно-технологічної культури майбутнього вчителя технологій.

Найважливішою функцією проектно-технологічної діяльності є формування мислення і здібностей, направлених на особистісну активну і відповідальну участь майбутніх учителів технологій у формуванні себе як творчої індивідуальності, в «проекуванні» себе в цій ролі [5].

З вищевикладеного можна зробити узагальнення, що ефективність діяльності майбутнього вчителя технологій визначається проектно-технологічною компетентністю майбутнього вчителя технологій: здатністю глибоко, осмислено, творчо вирішувати професійні завдання; вільно володіти способами спільної професійної діяльності і співпраці, прийомами самореалізації і саморозвитку індивідуальності, способами самовираження при виконанні аналітичної, проектної, експериментально-дослідницької, виробничо-управлінської функцій.

Література:

1. Гедзик А. М. Система підготовки майбутнього вчителя технологій до викладання курсу креслення в загальноосвітніх навчальних закладах : автореф. дис. ... докт. пед. наук / А. М. Гедзик ; Національний університет біоресурсів і природокористування України. – Київ, 2011. – 47 с.
2. Концепція розвитку освіти України на період 2015–2025 років. Заголовок з екрану. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.ua/news/43501>.
3. Сенько Ю. В. Гуманитарные основы педагогического образования. Курс лекций : учебное пособие для студ. высш. пед.учеб. заведений / Ю. В. Сенько. – Москва : Академия, 2000. – 240 с.
4. Сидоренко В. К. Актуальні проблеми підготовки вчителів трудового навчання в світлі реформування освіти в Україні / В. К. Сидоренко // Трудова підготовка в закладах освіти. – 2004. – № 2. – С. 41-44;
5. Ткачук С. І. Теорія і методика підготовки майбутнього вчителя трудового навчання до формування в учнів технологічної культури : автореф. дис. ... д-ра пед наук : 13.00.04 / Станіслав Іванович Ткачук. – Київ, 2012. – 38 с.

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО- ТЕХНОЛОГІЧНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ У МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ТЕХНОЛОГІЙ

Динамізм сучасного соціального та економічного життя, зростаючі вимоги до майбутніх учителів технологій обумовлюють зміну пріоритетів в організації освітнього процесу, його спрямованість на особистісно-професійне зростання випускника, на забезпечення умов для розкриття його потенціалу і неперервне формування та вдосконалення інформаційно-технологічної компетентності. Модернізація системи освіти України передбачає вирішення проблем, пов'язаних з інформатизацією та індивідуалізацією навчального процесу як на рівні загальної, так і вищої освіти. Вона має бути спрямована не просто на підвищення рівня освіченості людини, а на формування нового типу інтелекту, іншого способу мислення, пристосованого до швидкоплинних економічних, технологічних, соціальних й інформаційних реалій навколишнього світу, діяльності самої людини.

Сучасні вимоги, що висуваються до підготовки компетентного фахівця відповідного рівня і профілю, конкурентоздатного на ринку праці, відповідального, здібного до постійного професійного зростання, соціальної професійної мобільності; нового інформаційного світогляду, заснованого на розумінні визначальної ролі інформації та інформаційних процесів у природних явищах, у задоволенні потреб особистості в одержанні освіти, що володіє соціальною, комунікативною, інформаційно-технологічною й іншими компетентностями.

Компетентнісний підхід висуває на перше місце не тільки інформованість студента, але і уміння вирішувати проблеми, що виникають в пізнанні і поясненні явищ дійсності; при освоєнні сучасної техніки і технологій; у взаєминах людей, в етичних нормах, оцінці власних вчинків; у практичному житті при виконанні соціальних ролей; у правових нормах і адміністративних структурах; у оволодінні професією у вищому навчальному закладі.

Особливої актуальності набуває проблема формування інформаційно-технологічних компетентностей майбутнього вчителя технологій, невід'ємна від вивчення інформаційних технологій як частини різноманіття технологій перетворювальної діяльності, засобів навчання і виховання.

Ця проблема достатньо об'ємна і неоднозначна, її понятійний базис знаходиться на перетині дослідницьких полів філософії, психології, педагогіки, інформатики, соціології та інших наук.

Особливої значущості набуває ця проблема в контексті діяльності майбутніх учителів технологічної освіти, від якості праці яких залежить соціалізація особистості в інформаційному суспільстві. Отже, відсутність цілісної концепції обґрунтування умов й формування інформаційно-технологічних компетентностей майбутніх учителів технологій відображає низку суперечностей між:

– соціальним замовленням та вихованням особистості, здатної активно освоювати і використовувати в різноманітних видах діяльності інформаційно-комунікаційні технології, підвищувати рівень своєї інформаційно-технологічної компетентності, і недостатнім урахуванням цих вимог при плануванні освітнього процесу навчальних закладів;

– усвідомленням всіма суб'єктами освітнього процесу необхідності формування інформаційно-технологічних компетентностей майбутніх учителів технологій, що обумовлює успішність їхньої майбутньої професійно-педагогічної діяльності, і недостатньою розробленістю організаційно-педагогічних умов для вирішення цього завдання;

– потребою студентів використовувати інформаційно-комунікаційні технології в різноманітних видах діяльності, набуваючи досвіду і підвищуючи рівень своєї компетентності, і недостатнім рівнем оволодіння необхідними знаннями, уміннями і навичками;

– інформаційно-освітнім середовищем та умовами педагогічної діяльності, а також педагогічною практикою, яка продовжує працювати в знаннєвій парадигмі;

– значимістю оволодіння інформаційно-технологічними компетентностями майбутніми вчителями технологій і недостатньою теоретичною та методичною розробленістю цієї проблеми в педагогічній науці та практиці.

Література:

1. Маргітич М. Я. Аналіз застосування інформаційно-технологічних засобів в навчальному процесі / М. Я. Маргітич // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. – Випуск 36 : збірник наукових праць / за наук. ред. О. В. Биковської, Л. Л. Макаренко. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2012. – С. 282-288.
2. Маргітич М. Я. Особливості формування інформаційно-технологічної компетентності майбутнього вчителя технологій / М. Я. Маргітич // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи. – Випуск 37 : збірник наукових праць / за наук. ред. О. В. Биковської, Л. Л. Макаренко. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2012. – С. 248-256.
3. Маргітич М. Я. Електронні навчально-методичні комплекси як засіб формування інформаційно-технологічної компетентності майбутнього вчителя технологічної освіти // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 17. Теорія і практика навчання та виховання : збірник наукових праць. – Випуск 23. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2013. – С. 121-126.
4. Маргітич М. Я. Компетентнісний підхід у системі інформаційно-технологічної підготовки майбутніх учителів технологій / М. Я. Маргітич // Наукові записки : [збірник наукових статей] / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова ; укл. Л. Л. Макаренко. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. – Випуск СХХІІ (122). – С. 124-133 (Серія педагогічні та історичні науки).
5. Маргітич М. Я. Зміст і структура поняття інформаційно-технологічної компетентності майбутнього вчителя технологій / М. Я. Маргітич // Наукові записки : [збірник наукових статей] / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова ; упор. Л. Л. Макаренко. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. – Випуск СХХІІІ (123). – С. 124-133. – (Серія педагогічні та історичні науки).
6. Маргітич М. Я. Стратегія змін освітньої системи України у контексті глобалізації світового освітнього простору: інформаційно-інформатичний аспект / Л. Л. Макаренко, М. Я. Маргітич // Наукові записки : [збірник наукових статей] / М-во освіти і науки України, Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова ; упор. Л. Л. Макаренко. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. – Випуск СХХV (125). – С. 82-91. – (Серія педагогічні та історичні науки).

МОРОЗ К.Є.,студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету**Науковий керівник : к.п.н., доцент Р.В. Чепок**

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКІ ПІДПРИЄМСТВА УКРАЇНИ

Основним викликом світових інноваційно-технологічних процесів є розвиток сільського господарства, спрямованого на нарощення обсягів агровиробництва за рахунок використання технологій, безпечність яких досі не визначені. Зазначені процеси супроводжуються виникненням різного роду загроз, включаючи негативний вплив на здоров'я населення країни, занедбання природних ресурсів через посилення антропогенного навантаження внаслідок інтенсифікації агропродовольчої діяльності і неконтрольованого використання у сільськогосподарському виробництві не достатньо перевірених інноваційних технологій [1, с.40].

Незважаючи на нестабільність інноваційної активності, Україна намагається інтегрувати передові науково-технічні розробки і адаптувати їх у власне виробництво. Свідченням цього є новітні технології рослинництва, тваринництва та енергозберігаючі системи землеробства. Серед них можна виділити три головних: селекція сільськогосподарських культур; нанотехнології; гена інженерія та генетично модифіковані організми.

Тепер більш детально розглянемо кожен з них.

Селекція сільськогосподарських культур.

Впливає на покращення сортових якостей, підвищує стійкість до ґрунтово-кліматичних умов та шкідників, значно впливає на приріст урожайності та на одержання насіння елітних сортів. Існує два види селекції: традиційна та маркерна. Традиційна має значні витрати часу й великі масштаби схрещувань, досліджуваного матеріалу, тому її повністю витісняє маркерна.

Маркерна дозволяє набагато швидше оцінити вихідний посівний матеріал на наявність певних генів і контролювати їх у ході селекції, підвищуючи надійність й ефективність відбору, скорочуючи період створення нових сортів й знижуючи витрати [2, с.41].

Нанотехнології:

Мікродобрива сприяють збільшенню врожайності, впливають на низьку токсичність матеріалів, сприяють прискоренню фотосинтезу рослин та озоненню повітря, підсиленню захисних властивостей рослин.

Органічне сільське господарство передбачає органічні цикли аграрного виробництва, відмову від використання мінеральних добрив і пестицидів, застосування компостів, збереження едафону й стимуляцію біологічної активності ґрунтів [2, с.12].

Генна інженерія та генетично модифіковані організми:

Впливає на стійкість рослин до втрат врожаю, хвороб, шкідників, сприяє покращенню якості продукції та підвищенню рівня врожайності, стійкості проти гербіцидів, має вплив на здатність рослин виробляти власні пестициди, економить затрати на вирощування ГМО.

Задля подолання кризового стану інноваційно-технологічної активності галузі необхідно: створити інституційно-правову базу впровадження альтернативних методів введення сільського господарства; зміцнити державну підтримку фундаментальних науково-технічних досліджень; сприяти розвитку аграрної науки та інтелектуального потенціалу; покращити рівень підготовки і кваліфікації працівників аграрної галузі; стимулювати державної фінансової підтримки сільськогосподарських підприємств, зайнятих інноваційною діяльністю; заохочувати інвестування заходів щодо впровадження науково-технічних досягнень у виробництво і реалізацію відповідних програм інноваційної діяльності у сільському господарстві. Отже, з вище сказаного можна зробити такі висновки: необхідність нарощування обсягів виробництва та конкурентоспроможності в сільському господарстві є одним з перспективних напрямків розвитку аграрних підприємств України, використання безпосередньо новітніх підходів в господарській діяльності впливає на підвищення рівня економічної ситуації на підприємствах. Розглянувши аспекти приведені в статі можна зробити висновок, що розвиток підприємств зростає, але з тим, що інновації потребують класифікованих працівників і забезпечення цих підприємств коштами, деякі з них просто зачинають. Боротьба з економічною кризою дійсна буде повністю тільки тоді, коли держава забезпечить всім необхідним щоб цього уникнути.

Література:

1. *Інноваційні трансформації аграрного сектора економіки: [монографія] / [Шубравська О.В., Молдован Л.В., Пасхавер Б. Й. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук О.В. Шубравської; НАН України, Ін – т екон. та прогнозув. – К. - 2012. - 496 с.*

2. *Гармашов В.В. До питання органічного сільськогосподарського виробництва в Україні / В. В. Гармашов, О. В. Фомінова// Вісник аграрної науки. – 2010. - №7. – С. 11-15.*

САЗОНЕНКО О.О.,

студент 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: старший викладач О.М. Саух

ЗАСТОСУВАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ НА ЗАНЯТТЯХ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сучасна освіта визначає навчання як керовану навчально-пізнавальну діяльність, що призводить до важливих змін особистості студента: підвищення інтелекту, виховання визначених рис особистості, психологічних змін особистості у напрямку найповнішої її самореалізації. Тому розробка науково-методичних основ проектування і використання інформаційно-комунікаційних технологій у навчанні студентів закладів вищої освіти як засобу досягнення завдань поставлених у програмних документах розвитку системи освіти, є актуальною проблемою теорії методології вищої професійної освіти.

Традиційні методики навчання склалися протягом століть і мають цілий ряд позитивних сторін. Проте на сучасному етапі вони вже не можуть повною мірою задовольняти зростаючим вимогам інтенсифікації освітнього процесу. Основний недолік традиційних методів навчання полягає у тому, що викладач, маючи справу одночасно з декількома десятками студентів, не може достатньо ефективно ставити навчальні завдання і контролювати ступінь засвоєння навчального матеріалу.

Традиційні методи контролю засвоєння і успішності в цілому не є систематичними, об'єктивними і стимулюючими [1].

Таким чином, відсутність в навчанні досить ефективного управління засвоєння і систематичного об'єктивного контролю є основним недоліком існуючих методів навчання.

Цей недолік навчання можна до певної міри компенсувати шляхом введення програмованих методів навчання з використанням сучасних інформаційних технологій. Повчальні машини та інші засоби із закладеною в них спеціальною програмою навчання дозволяють надати студентам певний об'єм знань по тому або іншому предмету, організувати самонавчання (самостійну роботу), самоконтроль. Вони дають можливість викладачу за допомогою програмованого матеріалу індивідуалізувати управління засвоєнням знань кожним студентом завдяки тісному зв'язку з ним викладача, забезпечуючи ефективний зворотний зв'язок [3].

Комп'ютерні технології спрямовані на:

- підготовку особистості інформаційного суспільства;
- розвиток комунікативних здібностей;
- формування дослідницьких знань та умінь вибору оптимальних рішень;
- забезпечення великим об'ємом якісної інформації.

Головною особливістю змісту освіти засобами комп'ютерних технологій є багатократне збільшення «підтримуючої інформації», наявність інформаційного середовища.

Комп'ютерні засоби навчання називають інтерактивними бо вони мають здатність реагувати на дії студента і викладача, вступати з ними в діалог, що і складає головну особливість методик комп'ютерного навчання.

Комп'ютер виконує функції: викладача; джерела навчальної інформації; наочності; індивідуального інформаційного простору; тренажера; засобу діагностики і контролю.

Комп'ютер також виконує функції робочого інструменту, оскільки він виступає в якості: засобу підготовки текстів та їх збереження; текстового редактора; графічного редактора; обчислюваної машини; засобу моделювання.

Викладач у комп'ютерній технології виконує такі функції:

- організація навчального процесу на рівні дисципліни, групи;
- організація внутрішньо-групової активності і координації;
- індивідуальне спостереження за студентами, надання допомоги;
- індивідуальне навчання; підготовка компонентів інформаційного середовища.

Інформатизація навчання вимагає від викладача і студентів комп'ютерної грамотності. До структури комп'ютерної грамотності входять:

- знання основних понять інформатики і обчислювальної техніки;
- знання сучасних операційних систем та володіння їх основними командами;
- знання сучасних операційних засобів[2].

Завдяки науково-технічному прогресу, ми якомога більше намагаємось впровадити у освітній процес інформаційно-комунікативні технології, завдяки цьому намагаємось вдосконалити процес навчання, адже це є актуальним для сьогодення.

З впровадженням інформаційно-комунікативних технологій підвищується якість знань студентів та зацікавленість до навчання. Процес навчання відбувається з використанням мультимедіа, навчальних комп'ютерних програм та Інтернету.

Інтернет – це неосяжне джерело літератури, в якому студент може швидко знайти необхідну для нього інформацію, без зайвої витрати часу. Такий процес полегшує працю викладачів і студентів, дає більше уявлення та розуміння навчальної дисципліни.

Література:

1. Бабанский Ю.К. Методы обучения в современной общеобразовательной школе. / Ю.К. Бабанский. – М.: Просвещение, 1985.-208с.
2. Вітвицька С.С. Основи педагогіки вищої школи: Методичний посібник для студентів. / С.С. Вітвицька. - Київ: Академвидав, 2003. - 316 с.
3. Якушев А.В. Технические средства обучения. / А.В. Якушев. - М.: Прогресс, 1983- 245 с.

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ У ПРОЦЕСІ ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ В ЗАКЛАДАХ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ

На сучасному етапі становлення України, потреби її розвитку, вимагають від закладів освіти всіх рівнів підготовки висококваліфікованих фахівців, які відповідають сучасним вимогам соціально-економічній ситуації на ринку праці, де безумовно попит мають спеціалісти здатні до управління на різних рівнях і в різних сферах, яким притаманні такі якості як компетентність, ініціативність, комунікабельність, толерантність, працездатність, адаптованість та інші.

Проблеми компетентнісного підходу до підготовки фахівців досліджувалися багатьма як зарубіжними (І. Байгушева, Дж. Вінтертон, Н. Гангані, Л. Колеснікова, М. Малдер, Г. Сірая, Ю. Фролов, О. Хуторський та ін.), так і вітчизняними вченими (Г. Копил, О. Локшина, В. Луговий, П. Лузан, В. Майборода, В. Манько, О. Пометун, Н. Самарук, Г. Селевко В. Ягупов та ін.).

Теоретичні засади компетентнісного підходу в системі вищої професійної освіти знайшли висвітлення у численних працях В. Адольфа, В. Байденка, Н. Бібік, А. Вербицького, Е. Зеєра, І. Зимньої, В. Лугового, О. Овчарук, О. Пометуна, Д. Равена, Ю. Татура, А. Хуторського та інших.

Упровадження компетентнісного підходу вимагає розв'язання певних проблем, а саме: оновлення стандартів вищої освіти шляхом розробки концептуальних засад для створення моделі випускника вищого навчального закладу як системи моделей його професійної діяльності та освітньо-професійної підготовки; відповідно до зміни освітньої парадигми, розробки та впровадження єдиних підходів до побудови педагогічної системи, яка відповідала б головному завданню вищої школи – формуванню компетентності майбутнього фахівця.

Компетентнісний підхід не заперечує системи освіти, яка була побудована на отриманні суми знань, умінь та навичок. Але при цьому треба враховувати, що знання можуть мати різну цінність і що збільшення їх обсягу не означає підвищення рівня освіченості. Більше того, підвищення рівня освіченості в ряді випадків може бути досягнуте лише при зменшенні обсягу знань, який зобов'язаний засвоїти студент [1, с. 4].

Метою компетентнісного підходу є подолання розриву між знаннями студентів і їх практичною діяльністю, навчити студентів за допомогою отриманих і засвоєних знань ефективно вирішувати завдання практики. Запровадження компетентнісного підходу передбачає зміщення акцентів з освітнього процесу на навчальний результат, який виражається в термінах компетентностей. Згідно з концепцією компетентнісного підходу результат більш важливий, ніж спосіб його здобуття [2, с. 12].

Формування та розвиток професійних здібностей студентів на основі використання їх теоретичних знань і практичних навичок в різноманітних ситуаціях, притаманних майбутній професійній діяльності фахівця, відбувається під час навчально-виробничої практики.

Конкурентоспроможність випускника на ринку праці визначає його професійна компетентність. Вона формується упродовж усього терміну навчання – це: теоретичні знання, уміння, навички, отриманні студентом під час теоретичного курсу, закріплюються, розвиваються, удосконалюються засобами виробничої практики. Виробнича практика є важливою складовою навчального процесу, сприяє практичній підготовці студентів.

У процесі виробничої практики відбувається інтенсивне ознайомлення з усіма аспектами майбутньої роботи, проявляється критичне та осмислене ставлення до дисциплін, що вивчаються, задіюються механізми економічної рефлексії, формуються основи професійної самооцінки.

Сьогодні практична підготовка є обов'язковим компонентом освітньо-професійних програм для здобуття відповідного рівня вищої освіти, який має на меті вироблення у студентів професійних навичок і вмінь.

Практика студентів – це сполучна ланка теоретичного навчання та майбутньої професійної діяльності, до якої студенти готуються завдяки низці практичних занять, які дозволяють їм отримати навички професійної діяльності.

Сутність виробничої практики полягає в гармонійному об'єднанні різних видів практики, необхідних для повноцінного формування професійної компетентності майбутніх фахівців, в один цикл.

Основним завданням практики, що визначає її навчальне навантаження, є формування в умовах виробництва професійних здібностей студента на основі використання його теоретичних знань у різноманітних ситуаціях, притаманних майбутній професійній діяльності фахівця. Тому, виробнича практика, як вид навчального заняття, будеться у формі самостійного виконання студентом в умовах виробництва, визначених програмою реальних освітніх задач.

Можна зробити висновок, що вдосконалення та модернізація виробничої практики майбутніх фахівців можлива лише за умов компетентнісного підходу і, навпаки, правильно організована виробнича практика сприяє розвитку професійних компетентностей майбутніх викладачів закладів професійно-технічної освіти.

Література:

1. Лазарєв О.В. Критерії, показники та рівні сформованості професійної комунікативної компетентності майбутніх фахівців аграрного профілю / О.В. Лазарєв // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Частина 1, 2014. – С. 211–216.

2. Луговий В. І. Компетентності та компетенції: поняттєво-термінологічний дискурс / В.І. Луговий // Вища освіта України. – № 3. 08 – К.: Гнозис, 2009. – С. 8–14.

СИВОЛАП Д.С.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.п.н., доцент Л.М. Шпак

ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПЕТЕНТНІСНОГО ПІДХОДУ В ОСВІТІ

Проблема використання компетентнісного підходу в освіті стала нагальною в сучасній педагогіці. Оскільки особливістю компетентнісного підходу є нова мета навчання, очевидним стає те, що відповідно до неї мають бути адаптованими всі компоненти навчального процесу. Тільки за умови охоплення всього педагогічного процесу можна досягти формування компетентності учнів як інтегрованого результату навчання.

Компетентнісний підхід — спрямованість освітнього процесу на досягнення результатів, якими є такі ієрархічно підпорядковані компетентності учнів, як ключова, загальнопредметна і предметна. За визначенням О. Пометун, компетентнісний підхід — це «спрямованість освітнього процесу на формування й розвиток ключових (базових) і предметних компетентностей особистості. Результатом такого процесу є сформованість загальної компетентності людини як сукупності ключових компетентностей, інтегрованої характеристики особистості» [1].

Принциповим можна вважати міркування А. Хуторського щодо тривірневої ієрархії компетентностей: ключові, загальнопредметні, предметні [2].

Загальновідомо, що комплекс ключових компетентностей визначається соціумом, а тому є різним для кожної країни й залежить від ціннісних орієнтацій, світогляду окремого співтовариства.

Компетентнісний підхід, як правило, забезпечує формування ключових і предметних компетентностей. Серед ключових визначено такі: уміння вчитися, спілкуватися державною, рідною та іноземними мовами, математична і базові компетентності в галузі природознавства і техніки, соціальна, громадянська, інформаційно-комунікаційна загальнокультурна, підприємницька і здоров'язбережувальна компетентності; до предметних (галузевих) віднесено комунікативну, літературну, мистецьку, естетичну, природничо-наукову і математичну, проектно-технологічну, історичну, інформаційно-комунікаційну, суспільствознавчу, здоров'язбережувальну, міжпредметну.

Соціальна компетентність одна з ключових компетентностей; у її основі закладено такі здатності особистості:

- продуктивно співпрацювати з різними партнерами в групі та команді, проявляти ініціативу;
- спільно визначати цілі діяльності, реалізовувати соціальні проекти;
- застосовувати технології конструктивного розв'язання конфліктів;
- аналізувати механізми функціонування соціальних інститутів суспільства, визначати в них власне місце.

Набуття молоддю знань, умінь і навичок, спрямоване на вдосконалення соціальної компетентності, сприяє інтелектуальному й культурному розвитку особистості, а також здатності швидко реагувати на запити часу. Соціальна компетентність пов'язана з готовністю брати на себе відповідальність, бути активним у прийнятті рішень. Таким чином, вона формує не тільки певні складні вміння, але й сприяє вихованню надзвичайно важливих у сучасному житті якостей особистості.

Розвиток природних здібностей учнів в умовах сучасної освіти відбувається завдяки формуванню компетентності продуктивної творчої діяльності. Рання розвиток творчих здібностей робить усе подальше навчання в школі усвідомленим, сприяє правильному фаховому вибору, стимулює потребу у творчій і дослідницькій роботі. Проблема пошуку й відстеження результатів навчання творчо обдарованих учнів — одна з ключових проблем освіти. Розвиток і вдосконалення творчого мислення, дозволить школяреві виробити навички знаходити ефективні рішення будь-яких проблем, досягти бажаного результату, самореалізуватися [3].

Не менш важливим є також процес формування комунікативної компетентності, що передбачає опанування важливого у роботі та суспільному житті усного й письмового спілкування, оволодіння кількома мовами; полікультурної компетентності, що стосується розуміння несхожості людей, взаємоповаги до їхньої мови, релігії, культури тощо; компетентності саморозвитку та самоосвіти, яка пов'язана з потребою й готовністю постійно навчатися як у професійному відношенні, так і в особистому й суспільному житті [4].

Отже, в результаті теоретичного аналізу нами визначено, що в умовах компетентнісного підходу в освіті вчитель повинен сприяти зацікавленості кожного учня в роботі класу за допомогою чіткої мотиваційної установки, використовувати різноманітні форми й методи навчальної діяльності, стимулювати учнів висловлювати свої думки без страху бути покараним за неправильну відповідь. Важливим також є вміння вчителя створювати на уроці такі ситуації, які дають можливість кожному учневі проявити ініціативу, самостійність. Такий підхід якнайкраще сприяє формуванню ключових компетентностей школярів.

Література:

1. Пометун О. І. Дискусія українських педагогів навколо питань запровадження компетентнісного підходу в українській освіті / О. В. Овчарук, О. І. Пометун // *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / Під заг. ред. О.В. Овчарук. — К.: «К.І.С.». — 2004. — С. 66-72.*
2. Хуторський А. В. Ключові компетенції як компонент особистісно-орієнтованої парадигми освіти / А. В. Хуторський // *Народна освіта, 2003. — №2. — С. 55 — 61.*
3. Бех І. Д. Теоретико-прикладний сенс компетентнісного підходу у педагогіці / І. Д. Бех // *Виховання і культура. — №12. — 2009 — С. 5 — 7*
4. Пометун О. І. Компетентнісний підхід до оцінювання рівнів досягнень учнів / О. І. Пометун. — К.: Презентація на нараді Центру тестових технологій, 2004 — С. 16–18.

СОКОЛЯНСЬКА Л.В.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: старший викладач О.М. Саух

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ НАОЧНОСТІ НА ЗАНЯТТЯХ З ПРЕДМЕТУ «СПЕЦІАЛЬНА ТЕХНОЛОГІЯ» У ЗАКЛАДАХ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ

Сьогодні система освіти продовжує реформуватися, адаптуватися до вимог суспільства і розвитку науки. Спрямованість системи освіти на засвоєння знань, яка була традиційною і виправданою ще декілька десятиліть тому, вже не відповідає соціальному замовленню, яке вимагає виховання самостійних, ініціативних членів суспільства. Це потребує формування в учнів здатності діяти на основі здобутих знань, а не виконувати лише дію за аналогією, за зразком.

Тому сучасні дидактики шукають такі засоби, які б допомагали учням фундаментально засвоїти навчальний матеріал з предметів, набути вміння самостійно вчитися, сприяли б їхньому розвитку.

Одним із таких питань, яке на сучасному етапі вимагає перегляду і уточнення, є використання засобів наочності й моделювання під час формування знань і вмінь учнів при вивченні предмету «Спеціальна технологія» у закладах професійно-технічної освіти.

Емпірично застосовували наочність у навчанні ще Т. Мор і Т. Кампанелла. Теоретично її обґрунтував Я.А. Коменський. Він розумів наочність широко, не лише як зорову, а як залучення до кращого і ясного сприймання речей і явищ, всіма органами чуття [2]. Досягають цього завдяки поєднанню різних методів і, насамперед, методів слова і демонстрації.

На думку деяких фахівців, якщо, наприклад, орган слуху пропускає 1000 умовних одиниць інформації за одиницю часу, то орган дотику за ту ж одиницю часу пропускає 10000 умовних одиниць інформації, а орган зору - 100000, тобто близько 80% відомостей про навколишній світ людина отримує за допомогою зору.

Таким чином, відзначаючи найбільшу пропускну здатність інформації в органів зору, принцип наочності ставлять на перше місце. Однак він передбачає не тільки опору на зір, але й на всі інші органи почуттів. На це положення звертав увагу й великий російський педагог К.Д. Ушинський. Він відзначав, що чим більша кількість органів почуття бере участь у сприйнятті якого-небудь враження, тим міцніше воно закріплюється в нашій пам'яті [4].

Наочні приладдя самі по собі у освітньому процесі ніякої особливої ролі не відіграють, вони ефективні тільки в сполученні зі словом викладача. Дуже часто принцип наочності сприймається педагогами як необхідність безпосередніх спостережень учнями за певними явищами. Однак не всяке сприйняття й не завжди продуктивно, воно може бути таким тільки при активному мисленні, при виникненні питань і прагненні учнів знайти на них відповіді. Ще М.Пирогов у свій час відзначав, що «ні наочність, ні слово самі по собі, без уміння з ними звертатися як треба... нічого путнього не зроблять» [3].

Фізіологи й психологи пояснюють це положення тим, що всі органи почуття людини взаємозалежні. Експериментально доведено, що якщо людина одержує інформацію одночасно за допомогою зору й слуху, то вона сприймається більше загострено в порівнянні з тією інформацією, що надходить тільки за посередництвом зору, або тільки за посередництвом слуху.

Натуральна наочність у закладах професійно-технічної освіти – це справжні деталі, механізми, прилади, і вузли, агрегати автомобіля, стенди й установки для демонстрації роботи механізмів і приладів. У освітньому процесі застосовують такі діючі стенди й установки: стенди для демонстрації роботи карбюратора, гальма з гідравлічним і пневматичним приводами, системи запалювання, системи живлення карбюраторного і дизельного двигуна, механізмів трансмісії.

Розглянемо деякі критерії, якими необхідно керуватися при застосуванні зазначених вище засобів наочності. В основу оцінки кожного окремого зразка мають бути покладені такі фактори:

- цільове призначення, роль і місце засобу наочності в навчальному предметі, темі, розділі, питанні;
- науковість і доступність закладеної в наочному приладді інформації за змістом, методами і способами формування знань, умінь і навичок;
- пристосованість навчального устаткування до характеру діяльності учнів і викладача, психолого-педагогічних і ергономічних показників; простота, зручність і безпечність користування ним, облік гігієнічних вимог [1].

Останнім часом особливе значення в процесі навчання приділяється образотворчій наочності (хоча бажано використовувати різноманітні види в їхньому сполученні). Переваги образотворчої наочності (навчальні кінофільми, наприклад) полягають у тім, що вона дає можливість показати деякі явища в прискореному темпі (утворення іржі при корозії металів) або в уповільненому (згорання горючої суміші у двигуні).

Таким чином, застосування наочних засобів навчання сприяє не тільки ефективному засвоєнню відповідної інформації, але й активізує пізнавальну діяльність учнів; розвиває в них здатність зв'язувати теорію із практикою, з життям; формує навички технічної культури; виховує увагу й акуратність; підвищує інтерес до навчання й робить його більш доступним.

Література:

1. Бондар О. Значення наочності у розвитку пізнавальної активності учнів. / О. Бондар. – К.: Вища школа, 1981. – 124 с.
2. Коменський Я.А. и др. Педагогическое наследие. Я.А. Коменский. – М.: Педагогика, 1989. – 238 с.
3. Пирогов Н. Питання життя. Соч. Т. 1. - Спб, 1887. - С. 116
4. Ушинський К.Д. Вибрані педагогічні твори: В 2 т. / К.Д. Ушинський. – К.: Рад. школа, 1983. – 128 с.

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІЧНИХ ГАЗІВ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сільськогосподарське виробництво займає важливе положення у світовій економіці і економіці України, будучи основним постачальником продуктів харчування для населення. Неухильно зростаюча чисельність жителів планети вимагає збільшення обсягів сільськогосподарського виробництва, що, у свою чергу, пов'язано з підвищенням врожайності, розвитком інноваційних технологій відносно консервації сільськогосподарської продукції, її ефективної обробки, транспортування до споживача. Одну з ключових позицій в конструктивному рішенні проблеми займають технічні гази, що знайшли застосування в різних областях народного господарства в силу своїх фізико-хімічних властивостей [1].

Вуглекислий газ - чинник врожайності. Процеси зростання і розвитку в рослинах відбуваються за участю хлорофілу, за допомогою фотосинтезу, який перетворює вуглекислий газ з атмосфери і воду в органічні сполуки. Живлення рослин переважно відбувається саме завдяки фотосинтезу, що забезпечує надходження більше 90% поживних речовин, інша ж частина заповнюється мінеральними добривами.

Підвищення врожайності в агрохімії досягається за рахунок підвищення ступеню освітленості і прискорення механізмів фотосинтезу. При цьому пропорційно зростає потреба в основному учаснику процесу - вуглекислому газі (двоокиси вуглецю). Зміст вуглекислого газу в атмосфері складає не більше 0,03% від загального об'єму, тому для ефективного живлення рослинам потрібно значні масштаби повітря. Обмежені простори теплиць і парників не здатні забезпечити саджанці достатньою кількістю вуглекислого газу, що істотно уповільнює їх зростання і служить чинником, що обмежує врожайність.

Введення двоокису вуглецю в повітряний простір плівкових або закритих теплиць дозволяє істотно підвищити врожайність зелених культур, домагаючись при цьому збільшення кількості плодів, підвищення їх маси і прискорення періоду дозрівання. Підвищення концентрації вуглекислого газу компенсує недостатнє освітлення в зимовий період або при ускладненому надходженні сонячного світла через покрівлю теплиці.

Практика перших двох способів обмежується рядом чинників, серед яких - забрудненість повітря побічними, нерідко токсичними продуктами горіння, скорочення об'ємів кисню в повітрі, істотний вплив на режим температурної вологості парників і теплиць [2, 3].

Кисень - чинник приросту потомства. Тваринництво - первинна агропромислова галузь, продуктивність якої потребує постійного підвищення показників приросту і продуктивності. Зокрема, давно і міцно у фермерській практиці використовується кисень в якості елемента прикорму і стимулятора обсягів виробництва. У практиці тваринницьких ферм на основі кисню готуються спеціальні поживні суміші - коктейлі, які прискорюють процес приросту маси молодняка.

Пропан - чинник енергозбереження і практичності. Тепло - один з найважливіших моментів в роботі фермерських господарств, від ефективності якого багато в чому залежать такі показники як врожайність, продуктивність, економічна вигода і прибуток. Використання скрапленого газу (пропану) дозволяє з високою мірою ефективності вирощувати і збирати, обробляти і зберігати культури і їх продукцію. Одночасно вдається істотно скоротити вплив на екологію, виключаючи вірогідність токсичних викидів в атмосферу, ґрунт, воду, що характерно для дизельного палива.

Істотна перевага обігріву пропаном - можливість автоматизації процесу, контролю процесу горіння газу, висока ефективність, оскільки пропан характеризується більшою теплоутворюючою енергією в порівнянні з дизельним паливом.

Обігрів пропаном значно спрощує експлуатацію фермерських господарств, птахофабрик і теплиць, розташованих на значному віддаленні від центральних систем опалювання. Високий коефіцієнт тепловіддачі горіння пропану дозволяє максимально забезпечити теплом не лише побутові, тепличні приміщення, але і ферми, зернохосвища. Ефективне подання тепла за допомогою пропану

дозволяє зберегти доходність фермерської діяльності навіть в зимовий сезон, коли питання обігріву набуває особливої актуальності.

Азот - чинник зберігання і транспортування продукції. Зберігання і транспортування сировини, напівфабрикатів і готової продукції в сільському господарстві належать до актуальних проблем зважаючи на схильність рослинних продуктів процесам гниття, бродіння і сушки. Азот, що має виражені інертні властивості, широко використовується в аграрних регіонах в якості сприятливого середовища для зберігання різної продукції - зерна, насіння, фруктів, овочів. Крім того, азот застосовують для упаковки і заморожування продукції в польових умовах, що виключає вірогідність псування продукції до надходження у сховища [2, 3].

Чистота технічних газів, міцність і надійність місткості для їх зберігання визначають безпеку і ефективність їх використання в різних областях сільського господарства.

Література:

1. Гавриш В.І. Оцінка ступеня впливу різних факторів на ефективність використання палив у рослинництві / В.І.Гавриш // Вісник Харківського національного аграрного університету. – 2006. – № 8. – С. 59-63.

2. Лозовіцький П.С. Основи землеробства і тваринництва. Книга 2. Рослинництво : Навчальний посібник. / П.С. Лозовіцький. – Київ., 2010. – 268 с.

3. Чирва В.Я. Органічна хімія: Підручник. / Чирва В.Я., Ярмолюк С.М., Толкачова Н.В., Земляков О.Є. - Львів: БаК, 2009. - 996 с.

ЧАРНЕЦЬКИЙ Є.І.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.т.н., доцент В.Г. Кострицький

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНСТРУКТОРСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ НА ЗАНЯТТЯХ ВИРОБНИЧОГО НАВЧАННЯ

Виховання творчого відношення до праці, надбання техніко-технологічних знань та умінь пов'язане із створенням різноманітних пристроїв, приладів та наочних посібників, які можуть знайти застосування як в початковому процесі в університеті або училищі, так і в господарстві. Справа в тому, що застосування, а тим більше виготовлення пристроїв, завжди пов'язане з розв'язанням творчих задач, які спонукають студентів не тільки до активного мислення, а й до підвищення продуктивності праці та бажання виготовити той чи інший пристрій.

Відповідна організація навчального процесу висвітлена в достатньо великій кількості робіт, наприклад [1, 2]. Але, як на нашу думку, в цих роботах не звертається увага на обставини, що є суттєвими в забезпеченні ефективності навчального процесу.

На наш погляд, для залучення студентів до творчої діяльності як найкраще підходять заняття з виробничого навчання, що проводяться на базі навчальних майстерень. До роботи доцільно залучати студентів, які мають певну професійну підготовку. Це дозволяє таким студентам в навчальних майстернях не виконувати згідно програми вже засвоєні ними раніше прийомами роботи, а займатись більш складною творчою роботою по створенню різноманітних пристроїв для навчального процесу, розв'язання навчальних технічних задач на конструювання окремих механізмів технічних об'єктів, по розробці технології виготовлення цих об'єктів.

Завдяки цьому ми запобігаємо зниженню зацікавленості у таких студентів, так як їх не цікавить виконання звичайних завдань по програмі виробничого навчання, розрахованих на середнє, підготовлених студентів.

З другого боку це являється добрим стимулом для решти студентів, які спостерігаючи за процесом конструювання, виготовлення та використання пристроїв, відчувши позитивний вплив пристроїв на процес і характер праці починають прагнути до прояву творчої активності, у них з'являється бажання втілити в життя задум, проявити свої здібності, відчувти задоволення від творчого пошуку зв'язаного з конструюванням та виготовленням того чи іншого пристрою.

Роботу з конструкторсько-технологічної підготовки студентів доцільно проводити за наступними напрямками.

Перший напрям - удосконалення діючих в лабораторіях факультету та майстернях устаткування, механізмів, інструментів, пристроїв та приладів.

Другий напрям – створення різноманітних пристроїв, сприяючих більш продуктивному та якісному виконанню робіт в майстернях, розширенню технологічних можливостей обладнання навчальних майстерень.

Наведемо перелік можливих об'єктів конструювання : пристрій для заточування фрез, пристрій для заточування свердла, пристрій для розмічання деталей під свердління отворів, координатно-розмічальний пристрій для нанесення основних ліній та центрів отворів [2, 3], вороток за запобіжним пристроєм для нарізання різьби в глухих отворах та інше.

Розроблення конструкції пристроїв та іншого обладнання та технологія їх виготовлення повинні пройти колективне обговорення і захист, після чого, за необхідністю, проводиться доробка та корегування конструкторської та технологічної документації. Виготовлення пристроїв та інших виробів здійснюється на практичних заняттях в навчальних майстернях як індивідуальним методом, коли їх конструкція є нескладною, так і груповим методом, при більш складній конструкції. Доцільність використання того чи іншого методу вирішується обговоренням в кожному конкретному випадку. Зазначимо, що як і в першому, так і в другому випадку при правильній організації праці створюється сприятливі умови для прояву творчості.

Отже, залучення студентів до конструювання та виготовлення пристроїв та іншого устаткування при певних умовах може бути ефективним засобом формування та розвитку творчої активності студентів, їх конструкторсько-технологічної підготовки [3, 4].

Література:

1. Гедвілло О.І., Кострицький В.Г. Організація роботи студентського конструкторсько-технологічного бюро на базі навчальних майстерень //Зб. Наук. Пр.: Проблемна лабораторія з трудового виховання та виробничого навчання. / О.І. Гедвілло, В.Г. Кострицький. – Тернопіль: ТДП, 1991 – С. 38-41.

2. Ничкало Й.Г. Педагогічна книга майстра з виробничого навчання: Навч.-метод., посібник // Й.Г. Ничкало, В.П. Зайчук, Н.М. Розенберг та ін. за ред. Н.Г. Ничкало - 2-ге вид. допов., - К: Вища школа. 1994 р. - 334 с.

3. Іваськів О.Ф. На допомогу майстру виробничого навчання : метод. посібник / О.Р. Іваськів, Р.С. Брик. - Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2013. - 344 с.

4. Камінецький Я. Г. Управління якісною підготовкою фахівців у професійно-технічних навчальних закладах на основі маркетингу ринку праці та освітнього моніторингу в умовах регіоналізації : монографія / Я.Г. Камінецький, М.В. Вачевський, Б.І. Клим та інші. — Львів : Сполом, 2010. —324 с.

ЧЕПОК Р.В.,

к.п.н., доцент, завідувач кафедри технологічної та професійної освіти
Херсонського державного університету

ЧЕПОК В.І.,

к.п.н., професор кафедри технологічної та професійної освіти
Херсонського державного університету

НОВІТНІЙ ПІДХІД ДО МЕТОДИКИ ВИКЛАДАННЯ ТЕМИ «АКСОНОМЕТРИЧНІ ПРОЕКЦІЇ В ШКІЛЬНОМУ КУРСІ З КРЕСЛЕННЯ»

Незважаючи на те, що креслення в школах - вибіркова дисципліна, керівники цих навчальних закладів починають розуміти, що час повернення держави Україна до нового витка розвитку індустріалізації – настав.

Предмет «Креслення», як соціальна дисципліна має до цього пряме відношення. В самому ж змісті предмета тема «АксонOMETричні проекції» займає обособлене місце, оскільки вивчення і виконання наочних зображень (аксонOMETричних зображень і технічних рисунків) є тією опорою, за допомоги якої учні значно ефективніше вирішують задачі на побудову робочих креслень деталей та складальних креслень виробів.

Велику увагу цій темі приділили видатні науковці з креслення такі, як М. Анісімов [1], О. Ботвінніков, Е. Василенко [2], С. Дембінський [3], В. Забронський [4], В. Сидоренко [5] та ін. Більшість із них, посилаючись на науково-теоретичні основи («Нарисну геометрію») та на стандарти ЕСКД підкреслюють, що креслення, виконані в прямокутних (ортогональних) проекціях, є основним

видом зображення. Аксонометричні зображення необхідні для ефективнішої побудови третьої проекції предмета по двом заданим. На нашу ж думку, плоскісні зображення деталі мають недостатню наочність. Саме тому виникає необхідність у зображеннях, які мають гарну наочність, дають уявлення про форму деталі, її структуру та співвідношення розмірів її складових частин.

Вивчаючи науково-методичну літературу, відповідні стандарти ЕСКД, ми звернули увагу на незручність використання стандартів, відсутність візуального порівняння за якимось одним параметром. В методиках, що пропонуються відомими авторами, не висвітлюється за якими принципом слід вибирати ту чи іншу аксонометричну проекцію, за якими критеріями слід надавати перевагу типу і виду наочного зображення.

Як відомо, всі аксонометричні проекції (за стандартом ЕСКД ГОСТ 2.317-69; ISO 5456-3) поділяють на два типи: косокутні та прямокутні. Косокутні проекції поділяються на фронтальну ізометричну, горизонтальну ізометричну та фронтальну диметричну; а прямокутні на ізометричну та диметричну.

В шкільних підручниках з креслення любих авторів і років видання, наводяться приклади побудови аксонометричних проекцій лише двох:

1. прямокутної ізометричної;
2. косокутної фронтальної диметричної.

На жаль ці аксонометричні проекції викладені без пояснень критеріїв переважності їх побудови.

На нашу думку, правильний вибір типу та виду аксонометричного зображення, перед усім, повинен забезпечувати ефективність графічних побудов, яка характеризується часом, витраченим на побудову аксонометричного зображення та наочністю зображення деталі. При цьому ми маємо на увазі, що більш наочним буде зображення, що наближається до перспективного. А скорочення часу на виконання аксонометричної проекції буде виключати математичні розрахунки, що визначають геометричні розміри деталі в аксонометрії та величину великих і малих вісей еліпсів (овалів). Всі ці розрахунки викликані за рахунок коефіцієнтів спотворення по всім аксонометричних проекцій.

До основних критеріїв вибору типу і виду аксонометричних проекцій, на нашу думку, входить ступінь складності деталі. Наприклад, для деталей призматичної і пірамідальної форми застосування прямокутної ізометричної проекції небажане, бо при цьому зображення виходить не наочним.

Слід пам'ятати, що побудова кола в будь якій аксонометричній проекції переважає над побудовою овала, навіть якщо він будується легко за допомогою ромба.

Аналізуючи всі стандартні аксонометричні проекції за критеріями, що наведені вище, ми приходимо до висновку: за всіма критеріальними параметрами в школі повинні вивчатися косокутна фронтальна ізометрія – для призматичних деталей, що мають отвори, торові, циліндричні або конічні поверхні тільки на одній площині. Не обов'язково паралельній фронтальній площині проекцій. Просторове положення образу деталі можна завжди змінити. Це навіть дуже корисно робити з погляду на розвиток просторового мислення школяра; та прямокутна ізометрія – для призматичних деталей, що мають отвори, торові, циліндричні або конічні поверхні на двох та більшій кількості поверхонь, або для деталей, що взагалі не мають форм обертання.

Література:

1. Анісімов М.В., Анісімова Л.М. *Креслення: Підручник*. – К.: Вища школа, 1998. – 239с.
2. Ботвинников А.Д. и др. *Черчение: Учеб. для 7-8 кл. средней общеобразовательной школы*. 1989. – 224с.
3. Дембчинський С.И., Кузьменко В.И. *Методика преподавания черчения в средней школе*. – М.: Просвещение. 1997. – 335с.
4. Забронський В.В. *Методика навчання креслення в школі*. – К.: Радянська школа, 1976. – 168с.
5. Сидоренко В.К. *Креслення: Підручник для учнів загальноосвітніх закладів*. – К.: Школяр, 2005. – 239с.
6. Трудова підготовка в сучасній школі. *Науково-методичний журнал №6 (98) 2012*. – К., 48с.

ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ПІДСТАВА РОЗВИТКУ ПРОЕКТНО- ТЕХНОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ

Відповідно до вимог сучасних наукових підходів, якість змісту й процесу трудового навчання в основній школі, його результативної складової визначається не рівнем оволодіння певної суми відчужених знань, технократичних умінь і навичок, а рівнем оволодіння учнями культуродоцільними ключовими і предметною проектно-технологічною компетентностями.

Проблемі застосування проектно-технологічної діяльності на уроках трудового навчання присвячена незначна кількість наукових праць. Загальні основи проектування розглядалися в працях Т. О. Антонюка, В. С. Безрукової, В. І. Бондаря, О. В. Киричука, А. О. Лігоцького, Ж. Т. Тоценка, Є. С. Полат та ін.

Проектно-технологічна діяльність, яка формується в межах трудового навчання в закладах середньої освіти певною мірою сприяє формуванню проектно-технологічної компетентності. Її набуття відповідно сприяє досягненню певного рівня культурного, особистісного розвитку кожного учня, з урахуванням його природних, діяльнісних й особистісних здібностей і можливостей. Вона завжди орієнтована на реалізацію творчого потенціалу учнів. Компетентний учень володіє комплексом пов'язаних між собою особистісних якостей, здібностей, знань, умінь, які забезпечують можливість ефективно діяти у відповідній сфері. Володіння учнями базовими знаннями, вміннями, способами проектно-технологічної діяльності, здібностями, а також здатність ефективно діяти в невизначеній ситуації – це саме те, що забезпечує можливість реалізовувати в змісті технологічної освіти особистісно- орієнтований, компетентний і діяльнісний підходи [1].

Проектно-технологічна компетентність за своєю сутністю є результативною складовою технологічної освіти, замовленням українського суспільства на підготовку його громадян – компетентних фахівців, здатних до інноваційної діяльності, ефективної партнерської взаємодії, зацікавлених продуктивністю і наслідками власної діяльності. Компетентність – це не просто володіння компетенцією, тобто знаннями, вміннями, здібностями, а й готовність та здатність ефективно вирішувати життєво важливі проблеми зі знанням справи, здатність до творчого сприйняття, розуміння, усвідомлення й перетворення реальності.

Особливості компетентності як результату навчання порівняно з іншими результатами такі:

- є інтегрованим освітнім результатом, який не зводиться лише до окремих знань і умінь, а до здатності цілісно застосовувати їх на практиці;
- дає змогу вирішувати низку реальних практичних завдань (на відміну від елемента функціональної грамотності);
- існує у формі діяльності, а не інформації про неї (на відміну від знання);
- здатна переносити у різні сфери діяльності, вдосконалюється не шляхом автоматизму, перетворення в навичку, а шляхом інтеграції з іншими компетентностями (на відміну від уміння);
- проявляється усвідомлено (на відміну від автоматизованих навичок).

Проявити компетентність і перевірити сформованість її в учня основної школи можливо лише в конкретній проблемній ситуації, тому важливим кроком реалізації чинної навчальної програми є моделювання життєво значущих ситуацій та обов'язкове виготовлення реальних об'єктів праці в процесі трудового навчання. Виконуючи проблемні завдання, учні формують соціально значущі вміння, їм доводиться виконувати різні ролі, досліджувати й аналізувати інформацію, планувати свою роботу, процес і результат своєї діяльності і, активно взаємодіяти з іншими, оцінювати власні можливості.

Компетентності існують у формі діяльності, вони охоплюють особистісні якості учня, їх цілісно-смісловне ставлення до предмета діяльності, здатність до соціально-комунікативної взаємодії. Йдеться про сукупність якостей – від смислових, пов'язаних із цілепокладанням, усвідомленням того, для чого

потрібна певна компетенція до рефлексивнооцінних, усвідомлення того, наскільки успішно застосовується ця компетенція в життєвих ситуаціях. Стає очевидним, що формувати компетентності учнів можливо лише за умови включення їх в усвідомлену, особистісно значущу діяльність у взаємодії з іншими.

Структура предметної проектно-технологічної компетентності визначається в контексті структури культурного розвитку особистості учня, на основі наступних системоутворювальних компонентів змісту трудового навчання :

- загальнотехнічні компетенції – досвід пізнавальної діяльності, результатом якої є адаптивна система знань, достатня для успішної реалізації проектно-технологічної діяльності в процесі трудового навчання. Це система знань про: елементи матеріалознавства, машинознавства, графічної грамоти; правила безпечної праці, виробничої;

- санітарії й особистої гігієни; способи проектування і виготовлення виробів, їх оцінювання; роль техніки, проектування і технологій у розвитку суспільства, матеріального виробництва, соціальні наслідки їх застосування; декоративно-ужиткові мистецтва; основи домашнього господарювання тощо;

- компетенції репродуктивної діяльності – досвід репродуктивної діяльності, результатом якої є відтворення і застосування способів оброблення різних матеріалів з використанням засобів праці;

- компетенції творчої діяльності – досвід самостійної продуктивно діяльності, результатом якої є набуття здатності організувати процес проектування і технології виготовлення виробів, а також оцінювання результатів власної проектно-технологічної діяльності;

- набуття досвіду ціннісно-мислових ставлень, соціальнокомунікативної, партнерської взаємодії, операційно-діяльнісної здатності до розв'язання інформаційно дослідницьких, дизайнерських, конструкторських і технологічних завдань у нових умовах [2].

Зазначені компоненти змісту трудового навчання відображені в змісті

чинної навчальної програмищо принципово відрізняє її від попередніх. Ці компоненти послідовно й логічно пов'язані між собою. Кожний попередній компонент є передумовою для переходу до наступного. Так перший компонент є передумовою оволодіння репродуктивними способами діяльності. Перший і другий компоненти разом взяті є підґрунтям для усвідомленого оволодіння творчими способами діяльності [3].

Підсумовуючи викладений матеріал, слід відзначити, що в якості змісту й процесу трудового навчання в основній школі, його результативної складової визначається рівнем оволодіння учнями культуродоцільними ключовими і предметною проектно-технологічною компетентностями.

Таким чином, формування проектно-технологічної діяльності можлива лише в умовах, розвитку проектно-технологічної компетентності. Отже, проектно-технологічна діяльність за своєю сутністю є результативною складовою технологічної освіти, замовленням українського суспільства на підготовку його громадян – компетентних фахівців, здатних до інноваційної діяльності, ефективної партнерської взаємодії, зацікавлених продуктивністю і наслідками власної діяльності.

Література:

1. Коберник О. Проектно-технологічна система трудового навчання / О.Коберник / Трудова підготовка в закладах освіти. – 2003 – №4. – С.8-12.

2. Цина А.Ю. Методичні засади формування технологічних компетентностей учнів у контексті реалізації концепції технологічної освіти навчання // А.Ю. Цина /Трудова підготовка в сучасній школі. – 2013. - №3. – С. 5-8.

3. Навчальні програми для загальноосвітніх навчальних закладів України + опис ключових змін. 5-9 класи. - К.: Видавничий дім «Освіта», 2017. – 96с.

Шиплин В.Г.,

студент 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: старший викладач О.М. Саух

РОЗВИТОК ТВОРЧИХ ЗДІБНОСТЕЙ У СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА НА ЗАНЯТТЯХ З ДИСЦИПЛІНИ «ТРАКТОРИ ТА АВТОМОБІЛІ»

У сучасних умовах проблемі розвитку творчих здібностей особистості приділяють увагу філософи, соціологи, психологи, педагоги. Психологічні аспекти цього питання розглядалися у працях Л. Виготського, Г. Костюка, Т. Кудрявцева, Л. Леонтєва, А. Пономарьова, П. Якобсона та інших. Педагогічні та дидактичні аспекти розвитку творчих здібностей висвітлено в працях Г. Альтштулера, П. Атутова, М. Левітова, В. Сидоренка, Ю. Столярова, Д. Тхоржевського та інших. Методичні підходи до розвитку творчих здібностей і технічної творчості досліджені у наукових працях В. Алексеєва, Г. Буша, В. Моляко, А. Осборна та інших. Але ця проблема до цього часу не знайшла належного розв'язання, як у педагогічній теорії, так і в практиці професійної підготовки.

Університет повинен забезпечити підготовку студентів, які підходять до справи творчо, новаторському. Випускники спеціальності Професійна освіта (Технологія виробництва і переробка продуктів сільського господарства) працюють викладачами спеціальних дисциплін у закладах професійно-технічної освіти, а також на підприємствах, пов'язаних з технічним сервісом машин. В залежності від напрямку професійної діяльності – педагогічного або інженерно-технічного – фахівці повинні творчо реалізовувати набуті знання і навички, оперувати ними у змінних умовах.

Під поняттям «творчі здібності» розуміють особливий вид розумових здібностей, які виражаються в умінні продовжувати розумову діяльність за межами вимог, відхилятися під час мислення від традиційних норм, генерувати різноманітні ідеї та знаходити способи їх практичного вирішення.

В наш час поняття творчість є категорією цілого ряду наук: філософії, психології, педагогіки та інших.

У Філософському словнику дається таке означення творчості: «Творчість - процес людської діяльності, що створює якісно нові матеріальні і духовні цінності» [4, с. 405].

Звідси виходить, що лише завдяки творчій діяльності людей можливий розвиток науки, техніки, мистецтва, освіти, державності і всього іншого. Психолог А. Спіркін розглядає творчість як «мислительну і практичну діяльність, результатом якої є створення оригінальних, неповторних цінностей, встановлення нових фактів, властивостей, закономірностей, а також методів дослідження і перетворення матеріального світу та духовної культури...» [3, с. 322]. Як бачимо, дане визначенням творчості вже прямо стосується вищого (творчого) рівня пізнавальної та наукової діяльності.

Під поняттям «творчі здібності» розуміють особливий вид розумових здібностей, які виражаються в умінні продовжувати розумову діяльність за межами вимог, відхилятися під час мислення від традиційних норм, генерувати різноманітні ідеї та знаходити способи їх практичного вирішення

Основою творчих здібностей є гнучкість мислення (здібність до варіації способів вирішення проблеми), критичність (здібність відмовлятися від непродуктивних стратегій), здібність до наближення понять та цільність сприйняття.

Запорукою творчих здібностей виступає творча уява, під якою ми розуміємо психічний (інтелектуальний) процес створення образів предметів, ситуацій, обставин через встановлення нових зв'язків між відомими образами та знаннями. Уява тісно пов'язана з мисленням, особливо образним. І уява, і мислення починають активно діяти, коли необхідно розв'язати проблемну ситуацію [3, с. 20-22].

В самому процесі творчості психологи виокремлюють два аспекти особистісний і процесуальний. Особистісним аспектом передбачається наявність у суб'єкта задатків, здібностей та нахилів, володіння ним відповідною інформацією та практичними вміннями. Процесуальний аспект творчості зв'язаний з мисленням, інтуїцією, уявою, розумовою активністю.

Із зрозумілих причин, для педагогіки інтерес являє лише творчість людини, зокрема дитини. Характерним є те, що ті компоненти, які мають місце у визначенні поняття творчості у психології, присутні і в змісті цього ж поняття в педагогіці. Так, наприклад, відомий фахівець в галузі дидактики І. Лернер під творчістю розуміє процес створення людиною об'єктивно або суб'єктивно якісно нового за допомогою специфічних інтелектуальних процедур, які не можна уявити як такі системи операцій або дій, що точно описуються і строго регламентуються [1, с. 56].

З усього цього можна зробити висновок, що в умовах прискореного науково-технічного прогресу вміння творчо використовувати здобуті знання стає нагальною суспільною необхідністю, тому що сучасна професійна діяльність вимагає від людини не простого використання знань і навичок, а на основі реалізації творчих здібностей.

Література:

1. Лернер И.Я. Дидактические основы методов обучения. / И.Я. Лернер. - М.: Педагогика, 1981.- 186с.
2. Нікітін Б.П. Виникнення і розвиток творчих здібностей. // Радянська школа. - 1994. - № 4 – С. 20-22.
3. Спиркин А.Г. О творческой силе человеческого разума. / А.Г. Спиркин. - М.: Мысль, 1979. – 389 с.
4. Философский словарь / Под ред. М.М. Розентейн. - Изд. 3-е. М: Политиздат, 1972. -496 с.

ШПАК Л.М.,

к. п.н., доцент кафедри технологічної та професійної освіти
Херсонського державного університету

КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ ТЕХНОЛОГІЙ

Освіта є базою для розвитку кожної особистості, запорукою успішного майбутнього України, її конкурентоздатності на світовій арені. Вона має відповідати інтересам і запитам суспільства, саме тому одним з основних завдань освіти стає професійна підготовка фахівців, що спрямована на потреби сьогодення. Головним показником рівня кваліфікації будь-якого сучасного фахівця є його професійна компетентність [1].

Проблема компетентності ґрунтовно досліджена в роботах С. У. Гончаренко, О. М. Дахіна, Б. Д. Ельконіна, А. К. Маркова та ін. Сучасними підходами до проблеми компетентності опікуються А. В. Василюк, О. В. Овчарук. Питання професійної підготовки на основі компетентнісного підходу розглянуто в працях В. М. Аніщенко, Н.М. Бібік, М.П.Васильєвої, Н.В. Дементьєва А. М. Михайличенко, О.В. Овчарук та ін. [2].

Питання формування професійної компетентності майбутніх фахівців освітньої галузі є надзвичайно актуальним, так як сучасний ринок праці потребує кваліфікованих конкурентоспроможних фахівців технологій, здатних до сприйняття та використання на практиці нових наукових ідей, сучасних технічних інструментів і матеріалів, інноваційних технологій та креативних методів організації освітньої діяльності. Все це вимагає від закладу вищої освіти підготовки конкурентоспроможного молодого фахівця технологій.

Н.П Волкова висловлює думку, що професійна компетентність, професіоналізм передбачають наявність професійних знань (психолого-педагогічних, предметних, суспільних і прикладних умінь та навичок). Особливостями професійних знань є їх комплексність, натхненність [3].

Компетентнісний підхід до підготовки майбутніх фахівців технологій полягає в набутті та розвитку у студентів під час освітньої діяльності набору, інтегрованих, загальних та фахових (предметних) компетентностей, які визначають його успішну професійну діяльність. Компетентності включають професійні знання та уміння, що характеризують кваліфікацію, такі якості як здатність компетентно розв'язувати спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі освіти, керуючись принципами толерантної комунікації, культурної і міжкультурної взаємодії, творчої, креативної й інноваційної професійної діяльності у педагогічних ситуаціях; розуміння природи та сутності фізичних явищ, меж застосування фізичних понять, законів, теорій у різних галузях техніки та технологій і застосування сучасних методик трудового навчання та технологій у закладах середньої освіти; здатність творчо підходити до технологічної діяльності, глибоко аналізувати виробничі процеси, порівнювати та узагальнювати їх поетапний перебіг; знання загальних (методологічних, історичних, економічних, ергономічних, екологічних тощо) питань техніки та виробництва, будови та принципів

дії технічних систем й знання мови техніки – креслення; здатність встановлювати зв'язок науки з новими явищами та процесами у виробництві, технічними системами, об'єктами виробничої діяльності; здатність до швидкого освоєння нових видів техніки, інноваційних технологій та методів організації творчої діяльності в умовах організації проектної діяльності на заняттях трудового навчання та технологій у закладах середньої освіти; здатність застосовувати сучасні освітні методи й технології, у тому числі інформаційно-комунікативні, для забезпечення якості освітнього процесу в закладах освіти.

Саме, метою організації освітнього процесу в закладі вищої освіти спеціальностей педагогічного спрямування, а, саме, спеціальності 014 Середня освіта (Трудове навчання та технології), є забезпечення умов формування професійних компетентностей, і підготовка ерудованого, конкурентоздатного майбутнього вчителя трудового навчання і технологій, який володіє фундаментальною базою фахових дисциплін, методологією наукового дослідження, сучасними інформаційними технологіями і інноваційними методиками навчання технологіям й котрий здатний до творчої науково-педагогічної діяльності, безперервної самоосвіти та професійного самовдосконалення.

Сучасній освітній галузі потрібен фахівець, який здатний максимально використовувати свій креативний потенціал, мобільність, проявляти гнучкість, конкурентоспроможність та професійну компетентність. Професійна компетентність майбутнього вчителя трудового навчання та технологій – це особистісне утворення, яке забезпечує якісне виконання фахівцем професійної діяльності і включає аналітичні, комунікативні процеси та забезпечує процес розвитку і саморозвитку особистості. Вона складається з досвіду, теоретичних знань, практичних умінь, особистісних якостей, що забезпечують ефективне виконання професійної діяльності, можливість вирішувати проблеми різної складності на основі наявних знань та досвіду.

Вчитель трудового навчання та технологій відноситься до професій типу «людина-людина», де спілкування набуває професійної значущості. Ефективність професійного спілкування вчителя визначається рівнем сформованості його комунікативної компетентності, серед основних компонентів якої є уміння організувати співпрацю суб'єктів освітньої діяльності та ефективно працювати в команді (педагогічному колективі освітнього закладу, інших професійних об'єднаннях); здатність розуміти значення культури як форми людського існування, цінувати різноманіття та мультикультурність світу і керуватися у своїй діяльності сучасними принципами толерантності, діалогу та співробітництва; здатність створювати рівноправне і справедливе освітнє середовище.

Тенденція розвитку освітнього середовища впливає на якість викладання навчального матеріалу, методик його реалізації, впровадження інноваційних підходів в організацію освітньої діяльності й вимагає від майбутнього вчителя достатньо високого рівня професійної культури та уміння володіти інноваційними педагогічними технологіями. Саме тому у майбутнього фахівця педагогічного спрямування мають бути сформовані всі відповідні професійні компетентності, які дають йому змогу бути впевненим у собі, своїх здібностях, від яких залежить конкурентоздатність самого вчителя трудового навчання та технологій і закладу освіти, в якому він працює й надає освітні послуги.

Більшість вчених вважають комунікативну компетентність ваговою складовою професійної компетентності, яка має в кожному виді діяльності свою специфіку. На думку вчених, професійна комунікативна компетентність являє собою засіб досягнення успіхів в професійно-діловому та особистісному спілкуванні, в основі якої лежать знання цінностей, норм, стандартів поведінки і спілкування [4].

На наш погляд, комунікативна компетентність майбутнього вчителя трудового навчання та технологій – це здатність здійснювати професійну діяльність за принципами толерантності, безоціночності іншої особистості; вирішувати конфліктні ситуації і надавати підтримку в нових, проблемних і кризових ситуаціях освітнього процесу в умовах проектної діяльності.

Запорукою комунікативної компетентності майбутніх педагогів технологічного спрямування виступає успішний особистісний розвиток індивіда, його розвивальний та усвідомлений міжособистісний досвід, який органічно пов'язаний з формами міжособистісної поведінки та здібностями фахівця.

Таким чином, формування комунікативної компетентності як складової професійної компетентності забезпечує ефективність підготовки молодого фахівця, а, саме – його конкурентоспроможність. Професійна компетентність - це якість, яка дозволяє людині продуктивно здійснювати свою професійну діяльність та досягати високих результатів. Напрямо професійної діяльності формує різновид складових професійної компетентності та їх особливостей, які повинні

відповідати запитам сучасного освітнього середовища, забезпечуючи конкурентоспроможність фахівця технологічного спрямування.

Література:

1. Мусис Н. *Усе про спільні політики Європейського Союзу* / Н. Мусис ; [пер. з англійської]. – К.: «К. І. С.», 2005. – 466 с.
2. Овчарук О.В. *Розвиток компетентнісного підходу: стратегічні орієнтири міжнародної спільноти / Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / Під заг. ред. О.В. Овчарук. – К.: «К.І.С.», 2004. – С. 6 – 15.*
3. Волкова Н.П. *Педагогіка: посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.П. Волкова. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 576с.*
4. Ткачук С.І., Коберник О.М. *Основи теорії технологічної освіти : навчальний посібник / С.І. Ткачук, О.М. Коберник // Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2014. – 304 с.*

ЮДИН В.С.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: старший викладач О.М. Саух

ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ВОДІЯ ТРАНСПОРТНОГО ЗАСОБУ

Однією з проблем у дорожньому процесі є проблема взаємовідносин та спілкування учасників дорожнього руху, що значною мірою впливає на безпеку дорожнього руху. Щороку аварійність на автомобільних дорогах стає однією з найсерйозніших соціально-економічних проблем. Щоб її вирішити, недостатньо мати тільки законодавчі акти, потрібна консолідація всіх учасників дорожнього руху та педагогічних кадрів, як джерела освітнього процесу.

Автомобіль уже давно став для людства основним засобом пересування, забезпеченням зручностей транспортування і комфорту. Вулично-дорожня мережа, що має здебільшого недостатню пропускну спроможність, наповнюється швидкісними й потужними автомобілями, які мають добру маневреність, хороші швидкісні характеристики.

Сьогодні для безпечного автомобільного руху вже недостатньо знати тільки теоретичні положення Правил дорожнього руху. Викладачі автошкіл і водії дедалі більше усвідомлюють потребу в підвищенні культури водія, що є основою додержання цих Правил. Вимоги до культури поведінки учасників дорожнього руху трактуються в загальних положеннях Правил дорожнього руху [1, 2].

Питання забезпечення безпеки дорожнього руху набувають все більшої актуальності, адже з кожним днем взаємовідносини в системі «водій-пішохід», «водій-пасажира», «водій-водій» стають більш складним процесом, і вирішальна роль в цьому процесі належить водієві, його культурі й відношенню до інших учасників дорожнього руху. На наш погляд, формуванням культури поведінки всіх учасників дорожнього руху, в тому числі і водіїв, мають займатися викладачі предмету «Правила дорожнього руху», «Основи керування і вимоги безпеки дорожнього руху», «Етика водія», спеціалісти автошкіл з водіння транспортного засобу, небайдужа громадськість, засоби масової інформації.

Культура водіння - це не тільки свідоме додержання Правил дорожнього руху, а й наявність складової системи різних якостей, що охоплюють моральні риси, освіту, духовні потреби, естетику зовнішнього вигляду водія і його транспортного засобу, уміння спілкування з оточуючими учасниками дорожнього руху [2].

Формування культури водія включає систему заходів, спрямованих на формування всебічно і гармонійно розвиненої особистості водія, який залежить від об'єктивних і суб'єктивних чинників.

Об'єктивними чинниками є особливості діяльності закладів освіти з підготовки водіїв, розширення сфери спілкування з учасниками дорожнього руху, вплив природного середовища.

До суб'єктивних чинників відносять: освітню діяльність закладів з підготовки водіїв в особі їх працівників, цілеспрямовану діяльність засобів масової інформації.

Структура процесу формування особистості водія має такі компоненти: свідомість особистості, емоційно-почуттєва сфера, навички та звички поведінки. Провідну роль відіграє розвиток її свідомості.

Свідомість одна із властивих людині функцій головного мозку, яка полягає у відображенні об'єктивних властивостей предметів і явищ навколишнього світу, процесів, що відбуваються в ньому,

своїх дій, у попередньому мисленню накресленні їх і передбаченні наслідків, у регулюванні відносин учасників дорожнього руху і соціальною дійсністю.

Не менш важливі у формуванні особистості водія й почуття, в яких виявляється ставлення його до навколишньої дійсності й до самого себе.

Почуття - психічні стани і процеси, в яких відображено емоційний бік духовного світу водія, її суб'єктивне переживання подій та емоційне ставлення до навколишнього світу.

Виховання свідомості та емоційно-почуттєвої сфери має поєднуватися з формуванням навичок і звичок поведінки.

Найважливішим елементом культури водія є його дисципліна, крім неухильного виконання Правил дорожнього руху, ще необхідне доброзичливе поводження з усіма учасниками дорожнього руху, у тому числі і в аварійних ситуаціях. Недисциплінованість учасників дорожнього руху найчастіше проявляється в нехтуванні Правил дорожнього руху.

Водій повинен турбуватись не тільки про особисту безпеку, а й про безпеку інших учасників дорожнього руху, стежити за їх діями. Кожний учасник дорожнього руху може почуватись набагато впевненіше, коли інші учасники будуть доброзичливими, готовими виручити. Це особливо відчувається, коли можна отримати допомогу від водіїв або пішоходів, які за якоїсь причини опинилися рядом [2].

Завдання формування професійної культури серед водіїв у системі відносин «водій-пішохід», «водій-пасажира» та «водій-водій» має пряме відношення до освітнього процесу з підготовки майбутніх водіїв транспортних засобів [2].

Ми переконані, що оволодіння культурою водіння значно зменшить кількість дорожньо-транспортних пригод, поліпшить морально-психологічний стан учасників дорожнього руху, а також підвищить їх рівень загальної культури.

Література:

1. Виходець О.М. *Культура та етика водіння* / О.М. Виходець, Е.О. Кизилова. - К.: Педагогічна преса, 2008. - 320 с.
2. Лях М.А. *Основи керування автомобілем та безпека дорожнього руху* / М.А. Лях, О.С. Дем'янюк, О.А. Бешун. - К.: ВІКНУ, 2011. - 368 с.

СЕКЦІЯ 6
МАРКЕТИНГ**АКИМЕНКО А.,**студентка 2 курсу магістратури
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*Науковий керівник: к.е.н., доц. О.Г. Деркач***МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ
МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА
(НА ПРИКЛАДІ «ЯСНОГОРОДСЬКА ПЛЕМІННА
СТРАУСИНА ФЕРМА»)**

Нині більшість сільськогосподарських підприємств ЄС переконані у необхідності втілювати свої цілі та стратегії за допомогою плану маркетингової діяльності, тому ефективність є визначальною характеристикою усіх процесів, що відбуваються на підприємстві. Маркетингова діяльність підприємства — не виняток, за її допомоги можуть бути реалізовані цілі власників та співробітників сільськогосподарського підприємства.

На сьогодні існує безліч підходів та методів до оцінювання маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств. Оцінити ефективність маркетингової діяльності в сільськогосподарському підприємстві досить складно, оскільки виразити кількісний ефект з маркетингових заходів не завжди є можливим. Ефективність діяльності будь-якого сільськогосподарського підприємства визначається функціонуванням маркетингової системи. Оскільки, працівники відділу маркетингу не створюють продукцію, але вони здійснюють певну організаційну та комерційну діяльність подальшого життєвого розвитку товару забезпечуючи товарну інфраструктуру.

Оцінювання маркетингової діяльності проведено на матеріалах сільськогосподарського підприємства ТОВ «Ясногородська страусина ферма». На якому через невеликий штат, маркетингова діяльність покладена на менеджера з туризму. Зараз на фермі купують страусів для розведення птахівники з Миколаївщини, Херсонщини, Одещини, Тернопільщини, Хмельниччини, Сумщини, Кіровоградщини. Завдяки Ясногородці страусівництво поширюється і на Київщині. Зі свого боку ферма надає всіляку допомогу з питань утримання птахів, годування, лікування хвороб. Ферма спеціалізується на реалізації як дорослих птахів так і страусенят. Крім того продукцією ферми є страусиний корм, м'ясо та яйця птахів, шкіра, пір'я, жир, кігті, інкубатори та сувеніри. Споживачами продукції ТОВ «Ясногородська племінна страусина ферма» є фізичні та юридичні особи. Споживач продукції страусиної ферми здійснює свій вибір в залежності від співвідношення впливу двох груп чинників. 1. Фінансово-економічні: вартість продукції; доступність продукції; корисність (ефективність). 2. Соціо-культурні: вподобання і смаки; мода і тренди; суспільна думка, авторитет; самосвідомість.

У маркетингу йде мова не просто про збут, а про просування товару на ринку. Існує кілька методів (прийомів) просування товару на ринку: реклама; паблісіті; стимулювання збуту; прямий маркетинг. Основними видами просування продукції страусиної ферми слід вважати: рекламу, створення доброзичливої думки, персональний продаж, стимулювання збуту.

Ефективність маркетингу пов'язана з показником прибутковості інвестицій у маркетингову діяльність або рентабельність інвестицій в маркетингову діяльність (англ. — marketing ROI, return on marketing investment, скорочено ROMI) [3, с. 66-79]. Цей показник дає можливість оцінювати та порівнювати ефективність різноманітних маркетингових заходів, розраховується за формулою:

$$ROMI = \frac{(GP - MC)}{MC} \times 100 \quad (1)$$

Де, GP – валовий прибуток, аMC – витрати на маркетингову діяльність.

Оскільки метою будь-якого сільськогосподарського підприємства є прибуток, маркетинговий бюджет (витрати), вважаємо, — інвестиціями, це свідчить про те, що показник ROMI —

найважливіший маркетинговий показник маркетингової діяльності в сільськогосподарському підприємстві.

Зокрема, за підсумками діяльності ТОВ «Ясногородська племінна страусина ферма» за 2018 р., ефективність маркетингових заходів %

$$ROMI = \frac{(971-125)}{125} \times 100 = 6,77\%$$

Аналіз результатів плану маркетингової діяльності дає змогу керівникові оцінити ефективність виконаної роботи загалом; ідентифікувати ті заходи, що принесли відчутний результат; виявити програми, на які були затрачені кошти, але вони з певних чинників не принесли результату; побачити загальну картину діяльності сільськогосподарського підприємства та окреслити подальший стратегічний напрям. Оцінка ефективності маркетингової діяльності повинна бути якомога більш конкретною та точно визначеною, оскільки вона слугуватиме інформаційною основою для прийняття рішень керівниками сільськогосподарських підприємств.

Отже, ефективність маркетингової діяльності — важливий показник діяльності підприємства, який показує ступінь виконання плану та досягнення цілей маркетингової діяльності. Для об'єктивної оцінки ефективності маркетингової діяльності необхідно оцінити такі її напрямки, як реалізація управлінських функцій до застосування маркетингових інструментів, включаючи використання маркетингових ресурсів.

Література:

1. Мавріна А. О. Оцінювання ефективності маркетингових заходів // *Технологічний аудит та резерви виробництва*. 2015. №1/8(21). С. 18-21.

2. Тарасюк А. В. Методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності аграрних підприємств // *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2019/155.pdf.

3. Шоу Р. *Прибыльный маркетинг: окупаются ли ваш маркетинг?* [Текст]: пер. с англ. /Р. Шоу, Д. Меррик.— К.: CompanionGroup, 2007. — 496с.

ВОЛОВІК Д.О.,

студентка 2 курсу магістратури факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

Науковий керівник: к.т.н., доцент А.В. Артёмова

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГОВО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ

В умовах тривалої економічної кризи та погіршення умов господарської діяльності суттєво актуалізувалися проблеми формування політики розвитку вітчизняних підприємств, і зокрема, – маркетингової. Досліджувана проблематика з питань маркетингово-орієнтованого підходу була і залишається у колі наукових інтересів вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких В.В. Россоха, О.В. Гуменна, К.В. Пічик, Н.В. Романченко, І.О. Богатирьов, М.Бейкер, С.А. Яроміч.

Ефективність використання маркетингового інструментарію визначається комплексом передумов. Маркетингова політика дозволяє реалізувати пріоритети розвитку за умови чітко обґрунтованої базової та функціональних стратегій підприємства, їх раціональної інтегрованості на основі відповідної системи управління. Намагання вибудувати ефективну маркетингову стратегію, ігноруючи пріоритети інших функціональних сфер, що характерно для багатьох вітчизняних підприємств, може забезпечувати позитивні ефекти лише у короткотерміновому періоді. У практичній діяльності сучасних вітчизняних підприємств маркетинговий підхід набуває все більшого поширення і адаптується відповідно до нових потреб ринку. Очевидно, що роль маркетингу зростає [1], відбувається трансформація його методологічної бази, технологій, інструментарію [2]. Специфіка зовнішнього середовища диктує свої вимоги, вітчизняні підприємства вимушені посилювати маркетингову складову в управлінській політиці, орієнтуватись на впровадження сучасних маркетингових технологій. Крім того, маркетинг відіграє одну з провідних ролей у забезпеченні успіху підприємств-інноваторів.

Ефективність використання маркетингового інструментарію визначається комплексом передумов. Маркетингова політика дозволяє реалізувати пріоритети розвитку за умови чітко обґрунтованої базової та функціональних стратегій підприємства, їх раціональної інтегрованості на основі відповідної системи управління. Намагання вибудувати ефективну маркетингову стратегію, ігноруючи пріоритети інших функціональних сфер, що характерно для багатьох вітчизняних підприємств, може забезпечувати позитивні ефекти лише у короткотерміновому періоді. Якщо вести мову про маркетингову орієнтацію підприємства в цілому, тобто побудову відповідної системи управління, то слід вести мову про маркетингово-орієнтований підхід до управління підприємством.

Основною метою маркетингово-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємства є забезпечення виживання цього підприємства в умовах ринкових відносин. Найважливішими завданнями маркетингово-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємства слід вважати:

- запобігання витратам всіх видів ресурсів, пов'язаних з виробництвом та виведенням на ринок товарів і послуг, які не користуються попитом;
- запобігання (або мінімізація) витрат всіх видів ресурсів, пов'язаних з виробництвом і виведенням на ринок товарів і послуг, за якими стимулювання попиту не дозволяє досягти цілей фірми;
- цільове використання всіх видів ресурсів для забезпечення повного задоволення потреб і запитів потенційних покупців товарів і послуг, виведених фірмою на ринок;
- формування умов для реалізації принципу соціально орієнтованої діяльності фірми, яка враховує потреби і запити співробітників фірми, конкретних споживачів товарів і послуг, суспільства в цілому;
- формування умов для розширеного відтворення і підтримки на потенційних ринках товарів і послуг, а також в громадській думці в країні і за кордоном сприятливого образу (іміджу) фірми як надійного та стабільного ділового партнера.

Доцільність орієнтації на модель маркетингово-орієнтованого управління розвитком підприємства в умовах ресурсних обмежень схематично обґрунтована на рисунку.

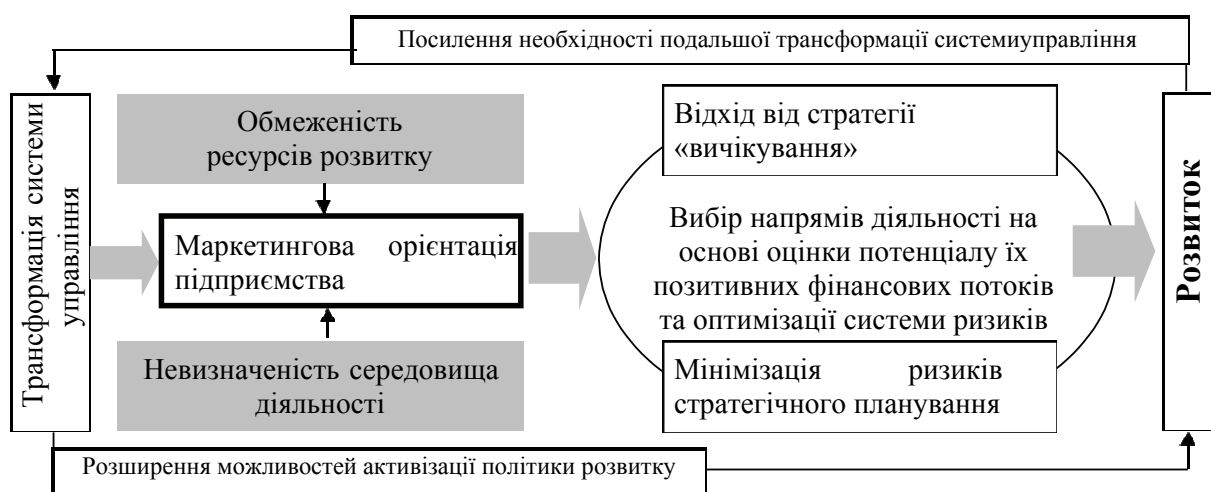


Рисунок – Доцільність реалізації моделі маркетингово-орієнтованого управління розвитком підприємства

Таким чином можна зробити висновок, що в умовах обмеженості ресурсів та невизначеності зовнішнього середовища, зазначені переваги маркетингово-орієнтованого підходу набувають значної актуальності, оскільки створюють можливості реалізації не лише антикризових пріоритетів, але і передумов стратегічного розвитку, уникаючи критично небезпечних загроз зовнішнього середовища.

Література:

1. Кошельник В.Н. Развитие предприятия: экономическая сущность и видовая классификация. URL: www.jurnal.org/articles/2014/ekon71.html
2. Філіпшин І.В. Управління розвитком промислових підприємств: підходи та методологія. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності, 2017. URL: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/12426/%D1%81.41-47.pdf?sequence=1>.

SMM - ДРАЙВЕР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних умовах маркетинг є одним з найбільш дієвих інструментів в арсеналі компаній, які використовуються при створенні нових цінностей для задоволення запитів споживачів, що змінюються. Реклама SMM є високоефективною, що пояснюється розширеними можливостями її використання.

За допомогою SMM-просування можна створити контрольовану площадку для безпосередньої побудови репутації. Сприйняття компанії споживачами, їх ставлення є ключовими активами капіталу будь-якого бренду, з яким можна і потрібно працювати, використовуючи інструменти PR і SMM.

Сучасні дослідження в області маркетингу орієнтовані на пошук нових технологічних рішень, здатних підвищити ефективність роботи маркетингових служб компаній. Так, в роботі [1] представлений широкий спектр напрямків вдосконалення маркетингу: перехід від масового маркетингу до маркетингу сегментів і ніш, а далі до індивідуалізованого маркетингу; орієнтація на створення споживчих цінностей, перехід до виготовлення на замовлення; розвиток концепції «довічної цінності клієнтів»; стирання відмінностей між продуктами і послугами, покупцями і продавцями, компаніями та їх оточенням; більш глибоке розуміння суті маркетингових інструментів; перехід на забезпечення довгострокових грошових потоків, підвищення акціонерної вартості компанії; зростання нематеріальних активів компанії та формування марочного капіталу; максимальне пристосування маркетингової діяльності до нової інформаційної середовищі.

Згідно з даними дослідницького холдингу "Ромір", кількість користувачів інтернетом збільшилася з 80% у кінці 2012 року до 91% у квітні 2017 року [2]. В "молодіжній аудиторії" цей показник становить 98%, а серед українців у віці 45-50 років - 86%. При цьому дев'ять з десяти користувачів інтернету ведуть "активне соціальне життя в мережі". Зростання активності користувачів інтернету обумовлений багатьма причинами, в тому числі необхідністю реалізації професійної діяльності, прагненням до наявності постійного доступу до каналів комунікації online і різноманітним інформаційним ресурсам, бажанням виділитися в тому чи іншому співтоваристві, потребою розвантаження інтенсивної зайнятості протягом робочого дня.

Суть просування полягає в залученні уваги до продуктів і послуг компанії, цілеспрямованому прямому спілкуванні з користувачами будь-яких соціальних медіа-каналів з реалізацією зворотного зв'язку, що дозволяє виявити їх актуальні потреби і, відповідно, домогтися їх лояльності. В кінцевому рахунку, SMM-просування компанії стимулює зростання потенційних клієнтів і збільшення обсягів продажів її продуктів і послуг. До переваг SMM-просування компанії відносять [3]:

- відносно невисоку вартість витрат;
- потенційно широке охоплення користувачів соціальних медіаканалів;
- відсутність нав'язливості, характерною для традиційної реклами;
- гарантований вірусний ефект і ін.

У той же час серед характерних для SMM-просування обмежень виділяють:

- низький рівень орієнтації безпосередньо на продаж;
- складність здійснення контролю розвитку обговорення, особливо в зв'язку з малим місцем негативними ситуаціями;

- необхідність постійної роботи з різними медіа-каналами.

До 2017 року кількість акаунтів в Facebook досягла 1,71 млрд., з них понад мільярд використовують і мобільну версію соціальної мережі [4]. Кількість зареєстрованих акаунтів в Instagram до 2017 року перевищило 500 млн.

SMM - це соціальний медіа-маркетинг, який полягає в проведенні взаємопов'язаних цілеспрямованих заходів з використанням будь-яких доступних соціальних медіа-каналів з метою просування товарів і послуг. Важливою перевагою SMM є пряма взаємодія компанії з користувачами соціальних медіа-каналів (потенційними покупцями) з використанням зворотного зв'язку, в тому числі в режимі online.

Необхідною умовою успішних SMM кампаній є створення довірчої атмосфери на майданчиках обговорення, сприяє позитивному сприйняттю особистих думок користувачів, які не є відкритою рекламою, в контексті обговорення конкретних товарів і послуг.

Принципово важливою обставиною при просуванні компанії в інформаційному просторі є залучення своїх значущих клієнтів в обговорення з використанням різних соціальних медіа-каналів для формування довірчої атмосфери.

Література:

1. *Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова [и др.]; под ред. С. В. Карповой. М.: Издательство Юрайт. 2017. 457 с*
2. *Официальный сайт "Ромир" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://romir.ru/studies/> 14.02.2018*
3. *<http://kakzarabativat.ru/marketing/smm-prodvizhenie/> 16.01.2018*
4. *Румянцев Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Быстро и с минимальными затратами. – С-Петербург: Питер, 2014. - 256 с.*

Гацька Л.П.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри екологічного менеджменту та підприємництва
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ЕКОЛОГІЧНОГО РИНКУ

Як явище екологічний ринок виник в зарубіжних країнах в 90-і роки ХХ століття. В цей час в країнах Європи, США, Японії відбувалося формування цілих галузей національної економіки, що орієнтували свою діяльність на виробництво і впровадження екологічних інновацій. У західних джерелах широко використовується термін «environmental market», що є еквівалентом поняття «екологічний ринок» і розглядається як складова загального ринкового середовища, яка характеризується конкурентним обміном товарами, спрямованими на збереження, відновлення і раціональне використання навколишнього природного середовища, поліпшення якості життя людей і забезпечення їх екологічної безпеки.

Маркетингові дослідження стану, обсягу та структури екологічного ринку стикаються з низкою проблем, пов'язаних, в першу чергу, з відсутністю єдиного підходу до визначення сутності та класифікації екологічних ринків, а також до віднесення певних груп товарів, робіт, послуг, що виступають як об'єкти на конкретному ринку, до екологічних.

Так, з середини 90-х років ЮНКТАД, СОТ, ОЕСР та інші міжнародні організації в своїх статистичних виданнях почали публікувати інформацію про розміри «екологічного сектора» («environmental sector, environmental industry»). Найбільш загальне визначення цього поняття дано в 1994 році Європейською комісією: «екологічні галузі складаються з фірм, що виробляють товари і послуги, призначені для вимірювання, запобігання, обмеження або усунення шкоди, що завдається довкіллю, такого, як забруднення води, повітря, ґрунту, а також для вирішення проблем відходів та шумового забруднення. Такі галузі включають в себе чисті технології, які мінімізують витрати ресурсів і масштаби забруднень» [3]. Подібним визначенням користуються у своїй діяльності ОЕСР і Євростат.

До екологічних товарів та послуг за класифікацією ОЕСР відносять продукти, які необхідні для здійснення чи є результатами двох типів природоохоронних заходів:

1. «Охорона довкілля» (EP), основною метою якої є запобігання, зменшення та ліквідація забруднення та будь-якого іншого погіршення стану навколишнього середовища.
2. "Управління ресурсами" ("RM"), спрямоване на збереження запасів природних ресурсів і, отже, їх захист від виснаження [3]

Дещо відрізняється підхід рейтингового агентства FinancialTimes, яке дає визначення екологічного ринку як такого, на якому діють компанії, що виробляють продукти та послуги, які пропонують рішення екологічних проблем або підвищення ефективності використання природних ресурсів. Система класифікації екологічних ринків, яку пропонує FTSE (EMCS), має галузевий характер та на сьогодні є однією з найбільш відомих та практичних. Вона дає змогу інвесторам визначати та оцінювати ефективність глобальних екологічних ринків і приймати обґрунтовані рішення щодо інвестування[5].

Україна, яка має величезний потенціал для розвитку екологічного ринку, на сьогодні не застосовує жоден з цих підходів. На даний час офіційна консолідована інформація щодо обсягів

екологічного ринку в Україні практично недоступна. Вона є дуже складною для обчислень, так як, поперше, наявна в Україні класифікація економічних видів діяльності не виокремлює цієї сфери підприємницької діяльності. По-друге, в Україні відсутня статистична звітність з питань екологічного виробництва, не існує систем збору статистичної інформації для відстеження стану цього сектору. В 2017 році Міністерство аграрної політики та продовольства України розпочало збір власних даних для документування розвитку екологічного сектора галузі на основі даних оперативного моніторингу органічного сільського господарства серед органів сертифікації органічного виробництва відповідно до законодавства ЄС в Україні, але ці дані поки що не повні та не стосуються інших галузей, крім сільського господарства. Тому інформацію про стан та перспективи розвитку екологічного ринку в Україні зараз можна отримати переважно не з офіційної державної статистики, а з різноманітних досліджень, які проводяться міжнародними установами і організаціями, вітчизняними та зарубіжними науковцями, маркетинговими компаніями. Вони оцінюють потенціал зелених послуг і технологій в нашій державі у розмірі понад 120 млрд євро, в т.ч – у сфері енергетики – 119 млрд євро, поводження з відходами – 831 млн євро, водозабезпечення - 600 млн євро [6].

Європейські дослідження розміру сектору екологічних товарів і послуг в Україні (за класифікацією ОЕСР) показують, що його мінімальний розмір в 2006р. становив 112,6 млрд грн (22,6 млрд доларів США)[1]. Це – значно більше, ніж у попередні роки: у 2005р. – 18 млрд грн (3,6 млрд доларів США), у 2004р. – 17,6 млрд грн (3,5 млрд доларів США), у 2003р. – 12 млрд грн (2,6 млрд доларів США). Варто зазначити, що дві третини сектору входять до групи управління ресурсами і одна третина – до групи захисту довкілля.

Більш сучасні дані розрізнені, не повні, проте дають можливість стверджувати про пріоритетний розвиток в Україні ринків органічної сільськогосподарської продукції (Україна на сьогодні посідає 20-те місце серед провідних країн світу за обсягом осертифікованих органічних сільськогосподарських угідь. Станом на 01.01.2017 р. кількість таких земель становила 420 тис. га) [2] та відновлюваної енергетики (майже 2 млрд євро в українські проекти з енергоефективності та «чистої» енергетики за період 2014-2018 років) [4].

Запровадження в Україні загальнодержавних баз даних щодо розвитку виробництва екологічних товарів та послуг створить унікальні можливості для формування й освоєння світового екологічного ринку, який швидко розвивається.

Література:

1. Марушевський Г., Хікман Д. «Зелений» бізнес для малих і середніх підприємств/ за заг. ред. Кучеренко О. // Федерація канадських муніципалітетів / Проект міжнародної технічної допомоги «Партнерство для розвитку міст» - К., 2017-54с.

2. Органічне виробництво в Україні (2019) // Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/organichne-virobnictvo/organichne-virobnictvo-v-ukrayini>.

3. Офіційний сайт Євростату [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Environmental_goods_and_services_sector.

4. Урядовий портал. -[Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/blizko-2-mlrd-yevro-investovano-v-energoefektivnist-ta-chistu-energetiku-ukrayini-za-ostanni-4-roki>

5. FTSE Environmental Markets Classification Systems/ [Електронний ресурс]-режим доступу: [\http://www.ftse.com/products/indices/env-markets

6. Kislakova N., Pavliska O., Mtibelashvili T. Umwelttechnikmärkte in ausgewählten GUS-Ländern: Russland, Ukraine, Georgien.//Austrian Society for Environment and Technology (OGUT).- Pressegespräch, 19.04.2007 https://www.oegut.at/downloads/pdf/praes_ee_up5-pressegesprach.pdf

студент 2 курсу магістратури факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету ім. М.С. Жуковського «ХАІ»

Науковий керівник: к.т.н., доцент А.В. Арт'юмова

ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНОЛОГІЙ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ЯК СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА З ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Технології Інтернет-маркетингу на сьогоднішній час активно використовуються для забезпечення конкурентоспроможності підприємств, це дозволяє сучасним українським підприємствам автоматизувати процес взаємодії з клієнтами, надаючи індивідуальне обслуговування в зручний час, ефективно організувати зворотний зв'язок, оперативно отримувати маркетингову інформацію і на цій основі приймати ефективні, обґрунтовані маркетингові рішення, проводити високоефективні рекламні кампанії. Отже використання новітніх технологій Інтернет-маркетингу сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства, а для деяких ринків з часом може стати бар'єром виходу на ринок. Проте однією з надважливих проблем функціонування та розвитку сучасних компаній є визначення актуальної для них стратегії просування та досягнення ефективності її використання.

Пошуку шляхів удосконалення стратегії просування підприємств присвячені праці багатьох відомих вчених, серед них В.Д. Байков, О.С. Варвиш, К. Вертайм, Ф. Вірін, В.А. Висоцька, Л. Вундерман, Р. Гавриш, Т.П. Данько, Д. Еймор, С.М. Ілляшенко, С. Кадулін, О.В. Китова, Р.А. Костяєв, М. Котіч, І.Л. Литовченко, Маслак, О.Ю. Паньковецький, О.А. Петрик, В.П. Пилипчук, В. Л. Плескач, Ю.В. Попова, І.В. Успенський, Я. Фенвік, Б. Халліган, В. Холмогоров, Дж. Шах, Ю.С. Шипуліна, А.В. Юрасов та інші.

Роль просування підприємств з графічного дизайну обумовлена тим, що, пристосовуючи мережу просування до запитів споживачів, створюючи їм максимальні зручності для придбання і споживання продуктів чи послуг, агенція має значно більше шансів для перемоги в конкурентній боротьбі. Просування агенції графічного дизайну передбачає вирішення наступних задач: визначення мети, ринку, споживачів; вибір методів просування; вибір посередників і визначення прийнятної форми роботи з ними.

Необхідно, щоб маркетингові служби компанії не тільки займалися стимулюванням попиту, заохочуючи споживачів купувати продукцію чи послуги, а ще й повідомляли споживачам інформацію про те, де і як можна отримати послуги компанії. Саме тому, стратегія просування розробляється компанією на основі прийнятої загальної стратегії маркетингу з урахуванням решти її компонентів (продукт, ціна, комунікації, тощо).

Процес розробки стратегії просування дизайн-студії являє собою певний алгоритм дій, який представлений на рисунку 1.

На ринку графічного дизайну найчастіше використовують стратегії просування, що представлені на рисунку 2.

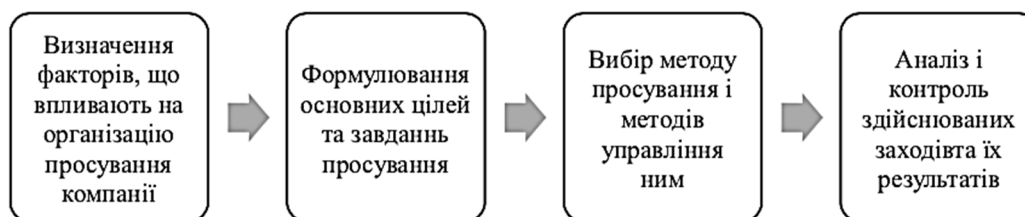


Рисунок 1 - Процес розробки стратегії просування дизайн-студії

Сутність стратегії «проштовхування» полягає в тому, що основні маркетингові зусилля спрямовуються на посередників послуг з метою спонукання їх до прийняття послуг студії у свій товарний портфель та використання інструментів просування, які б заохочували кінцевих споживачів звертатися за послугами до конкретної агенції. Український ринок є доволі концентрованим, тому співпраця агенцій з посередниками найчастіше відбувається на умовах останніх. Стратегія просування, яка спрямована винятково на посередника, несе для компаній певні ризики, оскільки вони потрапляють в залежність від посередників і втрачають реальний контроль над системою збуту.



Рисунок 2 - Стратегії просування, що використовуються на ринку графічного дизайну

Використання запропонованої систематизації інструментів Інтернет-маркетингу надасть можливість більш ефективно вести бізнес в мережі Інтернет, тобто знижувати витрати виробництва, здійснювати ефективні маркетингові дослідження, автоматизувати процеси купівлі-продажу та інформування клієнтів, проводити аналіз ринку, підвищувати ефективність взаємодії покупця і продавця.

Література:

1. Ярлыков А. *Инструменты Интернет-маркетинга [Электронный ресурс]* / А. Ярлыков// *Эффективные инструменты Интернет-маркетинга.* – 2013. – Режим доступу : <http://takmak51.ru/>
2. Вирин Ф. *Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов* / Федор Вирин. — М. : Эскмо, 2009. — 224 с.

ЗАВАДСЬКА А.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету ім. М.С. Жуковського «ХАІ»

Науковий керівник: к.т.н., доцент А.В. Артьомова

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Розширення складу факторів і рушійних сил економічного розвитку, прискорення динаміки перетворень ринкового середовища, в свою чергу, стають джерелом безперервного виникнення перед суб'єктами господарювання значної кількості нових непередбачуваних проблем і загроз, перспектив і можливостей, що суттєво розширюють коло доступних підприємству стратегічних альтернатив розвитку.

У сучасних умовах посилюється значення такої його складової, як маркетинговий потенціал. Можна стверджувати, що маркетингові складові потенціалу підприємства набувають вирішального значення, спричиняючи вплив на розвиток основних чинників виробництва і ефективність функціонування економічних систем.

Питанням оцінки і управління потенціалом підприємства присвячені дослідження багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених: Л.І. Абалкіна, А.І. Анчишкіна, В.В. Бузирева, М.И. Бухалкова, О.С. Виханського, В.С. Кабакова, Г.О. Краюхіна, Е.В. Попова, Л.Д. Ревуцького, І.І. Сидорова, Г.І. Усанова., І. Ансоффа, М. Десмонда. П. Друкера, Р. Келли, Т. Коллера, Т. Питерса та ін. Питання визначення сутності маркетингового потенціалу підприємства та його оцінювання за різними методиками та з урахуванням різноманітних показників розглянуто в працях вчених: Л.В. Балабанової, Р.В. Мажинського, Л.О. Української, В.П. Яхкінд, Л.А. Мороза, Т.В. Лебідь, О.М. Колеснік, К.М. Лисенко, Н.П. Скригун, С.В. Безфамільної, Т.О. Адєєва, О.П. Костенко, Л.В. Потрашкової, А.П. Родіонової, А.І. Шацького та інших.

Маркетинговий потенціал підприємства визначається його реальними можливостями в тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не лише реалізованими, але й нереалізованими з певних причин. Разом вони формують сукупну можливість підприємства, яка значною мірою, визначає рівень його конкурентоспроможності.

На думку Юлдашевої О.У. маркетинговий потенціал має ієрархічну структуру, яка повинна відображати філософію маркетингу, управління наявними ресурсами і взаємодію із зовнішнім середовищем (таблиця).

Однак, наведені підходи не дозволяють в повній мірі розкрити всю багатогранність певної категорії, так як кожен окремий підхід відображає лише одну сторону маркетингового потенціалу. Оскільки саме маркетинговий потенціал в сучасних економічних умовах грає найважливішу роль в просуванні товарів на ринок, саме він визначає тенденції розвитку конкурентного ринку і виділяє найважливіші ресурси і компетенції для задоволення потреб споживачів, в той же час підвищуючи вартість підприємства на ринку і визначає стратегічні напрямки розвитку підприємства.

Таблиця

Ієрархічна структура маркетингового потенціалу підприємства

Елемент маркетингового потенціалу	Сутність і призначення елемента
Світоглядна підсистема (філософія маркетингу)	Виконує світоглядні й методологічні функції. Дана підсистема покликана розвивати духовно-соціальні основи маркетингової діяльності. Філософія маркетингу формує тип підприємницького мислення, що визначає зміст підприємницької діяльності, вибір засобів і методів досягнення цілей цієї діяльності.
Управлінська підсистема	Забезпечує процес управління маркетинговими ресурсами і процесом відтворення попиту. Управління цими процесами забезпечує управління маркетинговим потенціалом.
Ресурсна підсистема	Ресурси – кошти, які підприємство використовує або може використати для досягнення поставлених цілей. Ресурсами вважаються власні та залучені (ресурси бізнес-партнерів), також окремо виділяються ресурси споживачів.
Зовнішнє середовище	Складається з макро- і мікросередовища. Зовнішнє середовище описується станом галузевого ринку попиту й загальним соціально-економічним станом середовища. Завдяки взаємодії із зовнішнім середовищем існують можливості для розвитку та відтворення маркетингового потенціалу підприємства.

Тому ми вважаємо за необхідне, розглядати сутність маркетингового потенціалу з позиції процесно-компетентнісного підходу. За яким, маркетинговий потенціал фокусується на взаємозв'язку окремих дій, кожна з яких є процесом (формалізація та автоматизація процесної структури управління маркетинговим потенціалом дає можливість досягнення спільної мети управління потенціалом торговельного підприємства), а орієнтація на ключові компетенції, в свою чергу, дозволить здійснювати управлінські дії, орієнтовані на формування і підтримку ключових факторів, що впливають на формування, управління і використання маркетингового потенціала торгового підприємства, а також буде сприяти створенню ефективної стратегії управління та підвищенню на основі цього результативності діяльності підприємства.

Література:

1. Азарян О. М. Концепція управління потенціалом підприємства на основі інтегрального маркетингу // Вісник Приазовського державного технічного університету. Сер. : Економічні науки. 2012. Вип. 24. С. 128-132.
2. Колесник Е. Н. Оценка и развитие маркетингового потенциала предприятий по производству пищевых продуктов: дис. ... канд. экон. наук.: 08.00.05. Тольятти, 2014. 213 с.
3. Костенко О.П., Адеєва Т.О. Модель оцінювання маркетингового потенціалу промислового підприємства // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. № 3. С. 87-91.

КАЛАШНИКОВ В.В.,

студент 2 курсу магістратури факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

Науковий керівник: к.т.н., доцент А.В. Артьомова

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ

Відсутність сталих і дієвих принципів державної підтримки виробників, загострення конкуренції між ними, швидкі зміни в уподобаннях споживачів вимагають переорієнтації господарюючих суб'єктів на розвиток їх діяльності на засадах маркетингу. У зв'язку з цим концепція маркетингу набуває особливого значення для прикладного використання у виробничо-господарській діяльності суб'єктів бізнесу. Однак сьогодні на переважній більшості підприємств агросектору маркетинг не отримав належного поширення й істотної значимості.

В Україні існує низка труднощів, що перешкоджають формуванню маркетингу як центрального напрямку діяльності підприємств. Вони пов'язані з нерозвиненістю ринкового механізму, браком кваліфікованих кадрів у сфері маркетингу, нерозумінням сутності маркетингу, відсутністю належної мотивації у працівників і керівництва багатьох організацій в розвитку відповідної діяльності. Це ускладнює адаптацію виробників до мінливих умов ринкового середовища.

Науковий базис управління економічним розвитком суб'єктів бізнесу розкривається у працях українських економістів – В. Андрійчука, І. Баланюка, І. Гришової, М. Маліка, П. Саблука, А. Третьяка, О. Шпикуляка та інших вчених. Теоретичні питання стратегічного управління висвітлені в наукових розробках М. Альберта, О. Амосова, І. Ансоффа, Й. Завадського, М. Мескона, Г. Мінцберга, Г. Мостового, Г. Одінцової, М. Портера, А. Томпсона, А. Файоля та інших вітчизняних і зарубіжних авторів. Теоретичні засади управління маркетингом стали об'єктом дослідження Г. Армстронга, Л. Балабанової, О. Варченко, А. Войчака, О. Гудзинського, П. Дойля, С. Камілової, Ф. Котлера, Ж.-Ж. Ламбена, І. Литовченко, Л. Наумової, М. Окландера, О. Оснача, П. Островського, А. Павленка, І. Решетнікова, М. Сахацького, І. Соловйова, О. Чирви, О. Шпичака, багатьох інших вітчизняних і зарубіжних науковців.

Швидкий розвиток сучасного ринку, стрімкий процес глобалізації, що охопив велику кількість країн світу, постійна увага до підвищення якості, зміни в цінах та спрямованість на споживачів - все це призводить до появи нових соціально-демографічних, економічних, технологічних і екологічних процесів в еволюції управління маркетингом [1]. Кожний з вищезазначених процесів характеризується низкою основних рис і відбивається у формуванні нових видів маркетингової діяльності. Проведені дослідження дозволяють зробити узагальнюючий висновок щодо того, що особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств, як явища економічної природи, спричинені, по-перше, мультиплікаційною дією сукупності мікро- та макроекономічних чинників території; по-друге, незбалансованістю соціально-економічних процесів транзитивної економіки, яка трансформується в ринкову та орієнтується на сучасні світові здобутки соціально-етичного маркетингу; по-третє, відмінністю соціально-економічних процесів ведення бізнесу, зумовленого його тісному взаємозв'язку з природно-екологічними, соціально-демографічними та організаційно-економічними факторами; по-четверте, впливовістю чинників об'єктивного та суб'єктивного характеру, пов'язаних з прийняттям та здійсненням управлінських рішень; по-п'яте, рівнем розвитку ринкової інфраструктури, транспортного забезпечення та шляхового сполучення, а також виробничо-комерційними традиціями місцевого населення; по-шосте, динамічністю сучасного маркетингу, що зумовлена прискореним впровадженням інноваційних засад в практику господарювання, посиленням конкуренції на ринку мало транспортабельної та швидкокопсувної продукції, поширенням дієвості економічної глобалізації та світової регіоналізації на результативність функціонування суб'єктів бізнесу.

Таким чином встановлено, що значна активізація ринкових процесів, тенденції до глобалізації, зростаючі індивідуальні потреби споживачів, високий розвиток технологій з одночасним дотриманням екологічних стандартів суттєво змінюють пріоритети. Обґрунтовано, що маркетингову діяльність суб'єктів бізнесу доцільно умовно поділити на два процеси – виробничий і товарообмінний. До виробничого процесу відноситься сукупність фізичних операцій з формування асортиментів вироблюваної продукції, її складування і зберігання. Товарообмінний процес пов'язаний реалізацією, зміною власників і включає весь комплекс комунікаційних дій з підготовки, реалізації й контролю за

торговельними угодами та визначено, що управління маркетингом представляє собою комплекс дій, направлених на реалізацію основних функцій управління та забезпечення збалансованості між маркетинговим середовищем і безпосередньо діяльністю господарств у сфері маркетингу для досягнення довгочасного благополуччя суб'єктів бізнесу та одночасно гармонізації інтересів господарств, споживачів і суспільства.

Література:

1. Левіна М. О. *Теоретичні основи комплексу маркетингу* / М. О. Левіна // *Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Тематичний випуск «Технічний прогрес і ефективність виробництва»*. – 2010. – No5. – С. 70-75.
2. Левіна М. О. *Теоретичні основи комплексу маркетингу* / М. О. Левіна // *Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції: «Стратегії інноваційного розвитку економіки: бізнес, наука, освіта» НТУ «ХПІ» – Харків*. – 2010. – С. 522-524.
3. Левіна М. О. *Роль маркетингових досліджень у розвитку підприємств* / М. О. Левіна // *Збірник матеріалів міжвузівської науково-практичної конференції студентів, аспірантів, молодих вчених, викладачів «Маркетингова діяльність в умовах фінансово-економічної кризи», секція «Наукове-прикладне забезпечення маркетингової діяльності»*. – Одеса, 2009. – С. 20-22

КОФАН С.С.,

студентка 4 курсу обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету

Науковий керівник : к.е.н., доцент І.В.Боришевська

ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах важливість процесу прийняття рішень у маркетингу зумовлена жорстким конкурентним тиском, швидкими темпами інноваційного розвитку, зростанням рівня поінформованості суспільства. У такому середовищі споживачеві стає все важче відокремити продукт конкретного підприємства від аналогів на ринку та набуває все більшого значення активізація маркетингових зусиль. Підприємство повинно знати загальну ситуацію на ринку для того, щоб об'єктивно оцінювати власні можливості, силу протидії конкурентів, визначати найбільш перспективні напрями свого розвитку.

Коли ринок України розвивається й активність конкурентів зростає, все більшої уваги набирає потреба правильного маркетингового аналізу даних, накопичених підприємством за час роботи. Адже надалі цей аналіз можна буде використати для розвитку та просування підприємства, а також посідання ним ключових позицій на ринку.

Це підтверджує те, що тема цієї роботи є досить актуальною, адже вірно проведений маркетинговий аналіз сприяє кращому розвитку підприємства, тому цьому питанню потрібно приділяти багато уваги.

Маркетинговий аналіз – це збір інформації про діяльність підприємства, вивчення її по декількох основних напрямках (товар, ціна, покупці, просування) і використання отриманих результатів для вибору напрямів розвитку бізнесу в цілому і його окремих складових [1].

Маркетингове рішення – це управлінська складова маркетингу, завдяки якій досягаються цілі маркетингу та виконуються маркетингові завдання. Зважаючи на це, доречно виділити наступні особливості маркетингових управлінських рішень: високий ступінь відповідальності особи, яка приймає рішення, оскільки маркетингові рішення безпосередньо впливають на обсяг реалізації товарів (послуг), а отже, і на кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, індивідуальний підхід до прийняття маркетингових рішень; урахування соціальної відповідальності і вимог етики при прийнятті рішень; можливість часткової автоматизації маркетингових рішень; урахування тимчасових обмежень; ризиковий, ймовірнісний характер результатів виконання рішень.

Потрібно зазначити, що основним методологічним принципом в організації процесів прийняття рішень є системний підхід до аналізу ситуації в маркетинговому менеджменті. Специфіка системного підходу передбачає об'єктивну можливість відносити те чи інше завдання до компетенції відповідного рівня управління [3, с. 309].

Зміст, форми та методологія аналізу залежить від структури підприємства, зовнішніх і внутрішніх умов, у яких вона розвивалася, і можуть суттєво розрізнятися. У кінцевому рахунку це

допоможе вижити в умовах ринку і надалі на основі маркетингового аналізу здійснити розробку маркетингової стратегії підприємства. Існує чотири групи показників, за якими можна оцінити якість роботи маркетологів на підприємстві: показники рівня продажів, якості роботи з клієнтами, якості рекламних кампаній і ефективності витрачених бюджетів на маркетинг.

Збір інформації є однією з основних проблем будь-якого економічного дослідження, оскільки за ринкових відносин вона є особливо цінним товаром, джерелом конкурентних переваг або негараздів підприємства. Важливість постійного інформаційного забезпечення зумовлена передусім динамічними змінами ситуації на ринку, тобто у зовнішньому маркетинговому середовищі. Необхідною умовою успішної діяльності кожної фірми є володіння комплексною інформацією про своїх клієнтів. Такі відомості нагромаджують у базі даних про клієнта – впорядкованій сукупності інформації про наявних і потенційних клієнтів, яка є актуальною, доступною і дає змогу провести таку маркетингову діяльність, яка генерує і оцінює замовлення і продаж товарів (послуг) з огляду на запити клієнтів. База даних повинна вміщувати дані про попередні закупівлі клієнтів, їх демографічні та соціально-психологічні дані[2].

Плануючи й організовуючи збір інформації для проведення маркетингового аналізу, слід виходити з того, що аналіз кон'юнктури ринків збуту здійснюють на основі зовнішньої інформації (про ситуацію в галузі, особливості й різноманітні аспекти продукції конкурентів, потреби, купівельну спроможність, купівельну поведінку, демографічні параметри споживачів тощо), а аналіз результатів власної маркетингової діяльності — на основі внутрішніх даних (звітність, дані бухгалтерського обліку, звіти, доповіді, записки працівників, експертні оцінки тощо). При цьому поряд з офіційною інформацією про діяльність підприємств, стан галузі, рівень доходів населення тощо використовують дані спеціально організованих спостережень про потреби споживачів, їхню поведінку в певних ситуаціях, дії конкурентів.

Оскільки необхідне опрацювання великих масивів інформації (товарних чеків, замовлень клієнтів, обсягів продажу в окремі періоди й за різних обставин), дейтамайнинг передбачає використання машинної обробки інформації, результати якої відображають у зручному для користувача вигляді (наприклад, графічно чи за допомогою простого табличного узагальнення). Допомагають це зробити алгоритми універсального типу (асоціативні правила, дерево рішень, міркування за аналогією, кластерний аналіз тощо) і складні програмні продукти [3].

Таким чином, маркетинговий аналіз є одним з найбільш складних видів маркетингової діяльності, тому що завжди містить у собі елемент передбачення непростого і суперечливого соціально-економічного об'єкта – ринку. Методологія аналізу залежить від структури підприємства, зовнішніх і внутрішніх умов його діяльності. Системний підхід, раціональна послідовність операцій при аналізі конкретної ринкової ситуації дозволять керівництву підприємства прийняти ефективне маркетингове управлінське рішення з мінімальним ступенем ризику.

Проаналізувавши зовнішні і внутрішні умови ринку, товар, споживачів, конкурентів і т. ін., виробник зможе поліпшити положення підприємства, налагодити зв'язки зі споживачами, формувати та підтримувати їх лояльність, досягти визначених цілей: зміцнити власні позиції на ринку, збільшити дохід, забезпечити необхідний обсяг збуту та виробництва.

Література:

1. Липчук В. В. *Маркетинговий аналіз : навч. посіб. [Текст] / В. В. Липчук, І. Г. Яців, Б. М. Гошко, О. Й. Гошко. - К. : Академвидав, 2008. - 216 с.*
2. Рябова Т.А. *Поведінкові аспекти забезпечення лояльності споживачів [Текст] / Т.А. Рябова // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наук. праць. – Випуск 234: В 4 т. – Т. IV. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – С. 880-886.*
3. Тищенко Д. *Передові технології інтелектуального аналізу даних у маркетингу [Текст] / Д. Тищенко // Маркетинг в Україні. – 2006. - №4. – С.52-54.*

РОЗВИТОК КАНАЛІВ ПРОСУВАННЯ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Дослідження каналів просування (Promotion), як складової маркетингового комплексу підприємств української електронної торгівлі показує, що інтернет-гравці в останні роки роблять акцент на підвищення технологічної складової просування та багатоканальність.

В розвинених країнах бізнес давно здійснює капіталовкладення в мобільну рекламу, адже цей канал вже обігнав за популярністю стаціонарні комп'ютери – десктопи. В Україні інформацію про товари в Інтернеті українські споживачі отримують здебільшого зі стаціонарного домашнього комп'ютера (51%), але частка користувачів мобільних девайсів стрімко зростає і становить 44 % [1]. Це і визначає орієнтацію рекламних бюджетів: за даними Всеукраїнської рекламної коаліції, в 2018 році обсяг ринку мобільної реклами склав 1 млрд гривень, без урахування контекстної реклами (в 2017 році цей показник становив лише 0,4 млрд грн), в той час як на рекламу для десктопів в 2018 році витрачено 2 млрд грн [2]. Проте тенденція бере своє, і протягом 2018 року онлайн-гравці активно вкладали кошти в розвиток мобільного просування, вдосконалюючи свої мобільні версії.

Дані рекламної віддачі показують, що ринок-інтернет реклами в Україні є дуже перспективним: якщо в США цей показник становить 4,3 %, у Німеччині – 5,3 %, Великобританії – 6,6 %, то в Україні –17,6 % [25]. Це пояснюється тим, що більш насичені ринки розвинених країн вичерпали свій потенціал до росту, а український ринок тільки наближається до стадії зростання. Це підтверджують і розрахунки на душу населення: в середньому українські покупці витрачають на онлайн-шопінг 33 долара на рік, а рекламодавці у відповідь витрачають 2 долара, тобто різниця становить 16 разів. Для порівняння: в США витрачається 800 дол. проти 135 дол., тобто різниця – 6 разів [3].

Лідерами з каналів просування в електронній комерції є пошуковий маркетинг (SEO), контекстна реклама і медійна реклама [4]. В Україні набирає обертів контекстна аудіореклама – за її допомогою користувачі отримують персоналізований контент і рекомендації щодо купівлі. Запроваджуються технологія голосових купівель – через смарт-динаміки, які зможуть дати поради щодо необхідних послуг та продуктів, спираючись на зібрані дані про покупців та їхні смаки. Дуже популярним стало просування через відеоконтент, який надає товарним пропозиціям найкращу презентацію, показуючи їх з усіх можливих боків. За даними досліджень, 35 % українських користувачів дивляться онлайн відео на смартфоні під час пошуку інформації [1]. Щоб надати споживачеві вичерпну відео-інформацію, ритейлери постійно перебувають у пошуку високоякісного відео контенту та працюють над поліпшенням доступу до нього. Так, «Розетка» інтенсивно розвиває свій відеоканал на Youtube. Сторінки з наявністю відеоконтенту ставляться вище в пошуковій видачі, включаючи і стрічку Facebook. Інвестування у створення відеоконтенту дуже привабливе з фінансової точки зору, бо продаж зростає на 60 або навіть 80 % [5].

Література:

1. Федоричак В. Електронна комерція в Україні 2016: цифри і факти [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://webexpert.com.ua/ua/elektronna-komertsiya-v-ukrayini-2016>
2. «Молодий та перспективний». Який потенціал приховує ринок інтернет-торгівлі України [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/publications/2018/08/31/639949/>
3. Поло В. Інтернет-торговля в Украине : 15 слайдов о e-commerce [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://netpeak.net/ru/blog/15-slydov-o-tom-kak-razvivaetsya-rynok-elektronnoy-kommercii-v-ukraine/>
4. Федоричак В. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі в 2018 році [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://lemarbet.com.ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>
5. Бондаренко В. ТОП-5 трендов e-commerce в Украине в 2018 году [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://delo.ua/business/top-5-trendov-e-commerce-v-ukraine-v-2018-godu-340562/>

ЕЛЕКТРОННА ТОРГІВЛЯ В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ, ПРОБЛЕМИ

Дослідження рекламного ринку України продемонструвало стійке зростання обсягів Інтернет-реклами протягом останніх років [1]. Саме цей елемент комунікаційного комплексу був єдиним, що подолав спадну тенденцію, викликану економічною кризою 2014-2015 рр., і продемонстрував потужне зростання в наступні роки. Це стало підґрунтям для розвитку онлайн-торгівлі, тому подальші дослідження автора присвячені аналізу взаємозв'язків між специфікою товарів, які є лідерами електронної комерції та характеристиками окремих сегментів онлайн-покупців. Розуміння цих процесів дозволить, зокрема, впорядкувати мотиви та аргументи рекламних звернень в Інтернеті і підвищити ефективність їх комунікативного впливу на цільові аудиторії.

За результатами дослідження GFK Ukraine [2] у 2018 році в Україні було 20,5 млн. користувачів Інтернету (тобто 66% кількості населення), з них 34% купували в Інтернеті. Розподіл онлайн-покупців за віком згідно [3] наступний: 18-24 роки – 15%, 25-34 роки – 46%, 35-44 роки – 23%, 45-54 роки – 10%, 55-64 роки – 5%, 65+ – 1%. Розподіл за статтю: 61% – жінки, 39% – чоловіки. (В різних вікових категоріях цей розподіл може бути дещо відмінним).

Таким чином, вікова категорія від 25 до 45 років охоплює біля 70% Інтернет-покупців, тому з врахуванням споживацьких характеристик саме цієї групи онлайн-шопперів доцільно формувати стратегію комунікативного впливу, обирати мотиви і аргументи щодо переваг рекламованого товару. При цьому деякі товаровиробники у якості цільового сегменту можуть обирати споживачів інших вікових категорій, враховуючи саме їхні споживацькі уподобання. Предметом дослідження мають бути і механізми емоційного або раціонального мотивування онлайн-покупців з врахуванням їхніх відмінностей за ознакою статі.

Потребує подальшого дослідження і розподіл споживачів за регіонами, оскільки має бути врахована специфіка їх ментальності. Згідно з [4], найбільша кількість Інтернет-покупців проживає в Центральному регіоні України (24% без врахування м.Києва, який додає цьому регіону ще 10%) та Західного регіону (23%). Найменша кількість онлайн-покупців знаходиться на Сході (13%) та Півночі (12%) України. Слід також враховувати рівень доходів онлайн-покупців, їхню освіту, суму середньої покупки, попередній досвід використання товару тощо.

В різних Інтернет-джерелах є багато інформації про структуру окремих товарних категорій в онлайн-покупках, яка часом не зовсім співпадає. Однак, лідерами завжди є групи побутової техніки та електроніки, а також одяг і взуття (за даними досліджень GFK – 45% і 43% відповідно [4]). Далі йдуть косметичні товари і парфумерія (37%), а замикають рейтинг продукти харчування (11%), хоча саме ця товарна категорія займає провідні позиції в бюджетах споживачів. В доповіді проаналізовані проблеми, пов'язані з онлайн-покупками цих товарів і перспективи їх розв'язання.

Ще один аспект дослідження пов'язаний із проблемою підвищення довіри українських споживачів до онлайн-торгівлі. На українському Форумі Інтернет-діячів 2019 [5] розглянуто зокрема основні причини недовіри до використання різних платіжних технологій в Інтернеті. А Центр незалежних споживчих експертиз ТЕСТ представив результати останніх досліджень діяльності двох десятків найбільших Інтернет-магазинів, що торгують електронікою і побутовою технікою [6]. Дослідження показали що тільки шість Інтернет-магазинів з ТОП-20 повністю дотримуються законодавства в цій сфері. Серед найпоширеніших порушень – ненадання Інтернет-покупцям фіскальних чеків, внаслідок чого їм доводиться «вибивати» гроші у випадку повернення товару. З врахуванням цього лідерам онлайн-торгівлі за фактором надійності доцільно використовувати даний мотив в своїх рекламних зверненнях, що буде не лише сприяти подальшому зміцненню їхніх позицій на ринку, а й стимулювати до більш якісної роботи інших його учасників.

Багатоаспектність досліджуваної проблеми окреслює напрями подальших досліджень окремих її складових.

Література:

1. Мороз Л.А. Інтернет-реклама в Україні: особливості, виклики, перспективи розвитку / Л.А.Мороз, Н.С.Косар, Н.С.Кузьо // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». Випуск 29. Частина 1. – Херсон. 2018. С.176-181.

2. Портрет українського онлайн-покупателя. Исследования GFK Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mmr.ua/show/portret_ukrainskogo_onlayn-rokupatelya_issledovanie_gfk_ukraine

3. Онлайн-торгівля в Україні минулого року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nachasi.com/2019/03/25/e-commerce-in-ukraine-2018/>

4. 17% українських онлайн-покупців здійснюють більше 20 покупок на рік: інсайти e-commerce ринку 2019. Рішення GFK Ukraine [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/news/online-shopping-2019/>

5. Осадчий І.А. Аудиторія українського інтернету. Зміна поведінки українських покупців офлайн. iForum 2019 – Український форум інтернет-діячів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://2019.iforum.ua/speakers/osadchyy/#speech_1527

6. 70% Інтернет-магазинів порушують права споживачів – дослідження ТЕСТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/novyini/70-internet-magazyniv-test/>

САВЧЕНКО А.І.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Н.І. Шашкова

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Висока ефективність маркетингової діяльності підприємств можлива за умови їх адаптації до нових умов господарювання за допомогою маркетингових стратегій. Очевидно, що маркетингова стратегія молокопереробних підприємств є програмою дій з реалізації пріоритетних, стратегічних напрямів маркетингової діяльності. Їх основу становить процес формування основних елементів і тактичних підходів маркетингу з метою продовольчого забезпечення молокопродуктами населення регіону. Дослідженням встановлено основні чинників, які визначають збалансований розвиток молокопереробних підприємств, до них відноситься: споживчий, сировинний, промисловий і транспортний. Ступінь впливу перерахованих чинників залежить від фізичних і біологічних властивостей сировинних ресурсів і готової продукції, їх транспортабельності і тривалості зберігання, через що виробництво, промислову переробку, реалізацію молока і молочних продуктів виділяють у самостійну спеціалізовану сферу суспільного виробництва[1].

Фундаментальною основою процесу управління маркетингом у молочній галузі нині є стратегічне маркетингове планування, що здійснюється на корпоративному, бізнес-рівні і функціональному рівнях. У зв'язку із цим, важливого значення набуває механізм вибору, формування і раціонального поєднання стратегій маркетингу на окремому рівні. Нами запропонований алгоритм процесу стратегічного маркетингового планування для молокопереробних підприємств на основі систематизації чинників впливу із врахуванням характерних особливостей маркетингу молока і молокопродуктів [2]. Планування та формування збалансованого асортименту є одним із інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства та отримання бажаного прибутку. Незбалансованість асортиментного портфеля призводить до зниження рівня прибутку, втрати конкурентних переваг на ринку, неправильного розподілу інвестицій. Тому перед маркетологами постає завдання спланувати оптимальну структуру асортиментного портфеля фірми. ефективність маркетингу являє собою інтегрально-функціональну характеристику маркетингової діяльності. Для оцінки ефективності маркетингу необхідний певний набір критеріїв потенціалу маркетингових інструментів, який описує суть маркетингової діяльності підприємства. В існуючу систему оціночних критеріїв маркетингового потенціалу визначену надлишковим ступенем деталізації ряду критеріїв, що ускладнює процедуру формування результативної оцінки маркетингової діяльності, запропоновано внести лише необхідний набір критеріїв потенціалу маркетингового інструментарію. Скоригована система оціночних критеріїв, дасть змогу молокопереробним підприємствам виявляти слабкі сторони своєї діяльності і позбавлятися їх і, водночас, підсилювати свій тиск на ринок і конкурентів.

Суть проблеми формування асортименту є в плануванні фактично усіх видів діяльності, спрямованих на добір продуктів для майбутнього виробництва і реалізації на ринку та на приведення характеристик цих продуктів у відповідність з вимогами споживачів. Формування на основі планування асортименту продукції – безупинний процес, що продовжується протягом усього

життєвого циклу продукту, починаючи з моменту зародження задуму про його створення і завершуючи вилученням з товарної програми. Оптимальним, тобто збалансованим, вважається асортиментний портфель, який має у своєму наборі стратегічні бізнес одиниці, що знаходяться на початкових етапах життєвого циклу і мають перспективу в розвитку, тобто забезпечуватимуть прибутки в майбутньому, й товари, які уже завоювали свою долю на ринку, знаходяться на етапі зрілості та є основним джерелом прибутку

Обґрунтовано, що в умовах низької платоспроможності населення товарна політика молокопереробних підприємств може формуватись на основі використання стратегії диверсифікації, яка передбачає розширення асортименту продукції. Така стратегія найбільш прийнятна для великих молокопереробних підприємств, де асортимент включає багато товарних позицій та найменувань, тобто практично асортимент розвивається як в ширину, так і в глибину. З урахуванням суттєвого зниження ризику в умовах турбулентного ринкового середовища така стратегія є доцільною і в майбутньому. Оптимальним вирішенням питання побудови умовної стратегії є знаходження функціональної залежності параметрів діяльності молокопереробного підприємства від зовнішніх факторів.

Удосконалення маркетингу молокопродукції нині потребує управління асортиментом продукції, аналізу існуючого і виявлення потенційного попиту, вибір методів реклами та підходів до позиціонування товарів; роботу із посередниками та вдосконалення форм реалізації продукції; гнучку та ефективну цінову систему; активну інноваційну політику та організацію дослідної діяльності підприємств щодо освоєння нових видів продукції; вивчення ефективності використання організації системи постачання та виробництва з точки зору економічності та надійності.

Література:

1. Косар Н. С., Кузьо Н. С., І. Білик І.І., *Стратегії розвитку молокопереробних підприємств України у сучасних умовах // Агросвіт. – 2016. – № 4. – С.14.*
2. Lozovyyk, D. B. (2014), "National market development trends in milk and milk products", *Efektivna ekonomika, [Online], vol. 6, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3121>*

Сиволап Ю.Ю.,

викладач кафедри маркетингу

Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛЯ ЯК НОВАЦІЯ СУЧАСНОЇ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГУ

Сучасні тенденції розвитку інформаційних технологій, їхня адаптація в економіці загалом, та комерційній діяльності, зокрема, невпинно впливають на динаміку розвитку теорії й практики маркетингу, як філософії сучасних бізнес-ідей у суспільстві.

Інтернет-торгівля, яка за останні роки посла провідне місце у діяльності підприємницьких структур, стимулює зростання економіки країни. Адже, на відміну від звичних принципів торгівельної діяльності, Інтернет-торгівля, забезпечує зменшення трансформаційних витрат, за рахунок скорочення транзакційних витрат та посередників, на які, зазвичай, припадає до 30% вартості угод між виробником і споживачем.

Серед основних переваг зазначеного виду торгівлі є відсутність часових обмежень щодо здійснення замовлення або оплати, а товари та інформація про них доступні цілодобово. Разом з тим, комунікативні характеристики глобальної мережі мають високу гнучкість, що дозволяє легко й швидко змінювати інформацію щодо об'єкта продажу, і, таким чином, підтримувати її актуальність на будь-який час.

Окреслені переваги також сприяють значному скороченню транзакційних витрат, тобто витрат, пов'язаних із установами та підтримкою взаємодії між суб'єктами торгівельних угод: покупцями, постачальниками, продавцями. При цьому вартість комунікацій, у порівнянні із традиційними коштами, стає мінімальною, а їхня функціональність і масштабованість значно зростають [1]. Ринок електронної торгівлі активно розвивається, як у нашій країні, так і за рубежом.

У 2018 р. глобальний ринок електронної комерції виріс на 13%, його оборот склав \$29 трлн. Кількість онлайн-покупців, відповідно, теж зросла: їх стало на 12% більше. 1,3 мільярда людей – чверть населення планети – здійснюють покупки в мережі. Більшість інтернет-споживачів купує товари і послуги в межах своїх країн. Однак частка тих, хто замовляє продукцію з-за кордону, зросла до 21% –

в основному за рахунок покупців в Сполучених Штатах. В результаті обсяг міжнародної електронної торгівлі за схемою «бізнес для споживача» (B2C) збільшився на 4% і досяг \$412 млрд [2].

Список світових лідерів електронної торгівлі за останні кілька років практично не змінився. Перші три позиції, як і раніше, займають США, Японія і Китай. У десятку «гігантів» інтернет-комерції також входять Німеччина, Південна Корея, Великобританія, Франція, Канада, Індія та Італія [2].

У 2018 українці придбали в онлайні товарів і послуг на 65 млрд грн. Виручка від реклами в соціальних мережах, на маркетплейсах і онлайн-ресурсах гравців ринку - 9,5 млрд грн, 2,6 млрд заробили поштові оператори на доставці товарів, придбаних в інтернет-магазинах. Ще 0,8 млрд грн склав прибуток від онлайн-оплат [3].

Статистичні дані показують, що в період кризи стає більше відвідувачів мережі Інтернет, але одночасно підсилюється конкуренція за залучення уваги кожного покупця. У мережу Інтернет переміщується все більше бізнес-структур, здійснюються маркетингові дослідження й реалізуються маркетингові програми.

Маркетингові технології роботи зі споживачами включають торговельні площадки, рекламні площадки й засоби комунікацій. Торговельні площадки являють собою інтернет-каталоги, інтернет-аукціони, електронні біржі й торговельні інтернет-співтовариства. Рекламні площадки містять пошукові системи, спеціалізовані інтернет-ресурси для просування продукції, хостингові сайти й сайти інших компаній. Засоби комунікацій охоплюють соціальні мережі й співтовариства, пейджингові служби в Інтернеті, блоги, форуми й чати, віртуальні 3D-світи.

Відтак, перед кожним продавцем, який має намір розпочати торгівлю у глобальній мережі постає питання створення власного сайту. Адже, саме завдяки інформації розміщеній на сайті й відбувається конкурентна боротьба за покупців та здійснення ефективної діяльності. Тому, сайт має відповідати таким параметрам:

- практична навігація - користувач повинен просто й швидко знаходити будь-яку інформацію яка його цікавить. Вміст розділів сайту повинен відповідати своїм назвам, а інформація розділів має бути доступною і корисною всім відвідувачам сайту;

- неперервне оновлення інформації - інформація на сайті повинна постійно змінюватись із урахуванням змін актуальності й відповідності представлених матеріалів;

- винятковий дизайн - оформлення сайту повинно відрізнятися від оформлення інших сайтів нестандартним оформленням, незвичайним кольоровим рішенням, способом послідовності представлення інформації тощо.

Відтак, для зручності покупців, партнерів та інших зацікавлених осіб, на сайті організації необхідно розмістити інформацію щодо послуг, які може надати бізнес-структура, про продукцію, яку можна замовити. Не зайвим буде розміщення інформації щодо наявних вакансій. Значна увага на сайті має бути приділена й розділу акційних та нових пропозицій, актуальних на даний момент.

Література:

1. Векшинский А. А., Тывин Л.Ф. Интернет-маркетинг как новое направление в современной концепции маркетинга взаимодействия. // *Технико-технологические проблемы сервиса*. 2012. №2(20) С.102-108.
2. Обсяги торгівлі через інтернет переважили за \$29 трлн, в лідерах США і Китай. URL: <https://mind.ua/news/20195475-obsyagi-torgivli-cherez-internet-perevalili-za-29-trln-v-liderah-ssha-i-kitaj>.
3. Горовой Д. Итоги и планы: e-commerce Украины 2018/2019. URL: <https://evo.business/itogi-plany-e-commerce-ukrainy-20182019>.

РЕКЛАМНІ ЗАХОДИ З ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТОВ «КРАЙ КЕРАМА» НА РИНОК БУДІВЕЛЬНОЇ КЕРАМІКИ

Просування товару, в широкому значенні, маркетингові комунікації, має на меті підвищення попиту на продукт. Основними шляхами є інформування потенційних споживачів про параметри товару, створення чи зміна образу товару. Для успіху маркетингових комунікацій важливим є правильне визначення цільової аудиторії, на яку спрямоване просування товару.

Дослідженню питання маркетингових комунікацій присвятили свої роботи Балабаниць А.В. [1], Карпенко Н.В. [2], Охріменко Г.В. [3], Плотницька С.І. [4]. Безпосередньо просування товару на ринок будівельних матеріалів розглядає, зокрема, Хахальов А.В. [5]. Науковці розглядали підходи маркетингових досліджень та інструменти маркетингового комплексу в будівельній галузі.

Зважаючи на малу частку ринку ТОВ «Край Керама» на ринку та потенційну можливість зайняти нішу елітної керамічної плитки з цільовою аудиторією серед споживачів з доходом вище середнього та дизайнерів, підприємству необхідно проводити активну маркетингову політику.

За результатами ABC-XYZ аналізу, було виділено такі сегменти споживачів: дизайнери, споживачі глазурованої плитки, споживачі не глазурованої плитки, споживачі плитки «під дерево», споживачі широкоформатної плитки.

Основними сегментами споживачів було обрано дизайнерів та споживачів глазурованої плитки через те, що вони складають найбільшу частку у збуті підприємства. Саме на ці сегменти буде орієнтована реклама.

Цілі рекламної кампанії:

- 1) Нагадування цільовій аудиторії про свої товари
- 2) Залучення нових споживачів
- 3) Стимулювання збуту продукції
- 4) Створення позитивного іміджу підприємства

Як потенційні канали зв'язку, було обрано рекламу у метро, рекламу на радіо та білбордах. Проаналізовано вартість, співвідношення вартості та розміру охопленої аудиторії не лише в рамках кожного з каналів зв'язку, а й за альтернативними варіантами в обраних каналах зв'язку.

Перевагами реклами в метро є широке охоплення аудиторії, великий пасажиропотік. Такий комунікаційний захід дасть змогу залучити один з перспективних сегментів – споживачів глазурованої плитки. За даним напрямом було порівняно рекламу на колійних стінах, ескалаторних зводах та метролайтах на станціях Вокзальна, Почайна та Позняки. Станції були обрані, відповідно до запланованих точок відкриття нових магазинів.

Ще одним потенційним рекламним заходом є реклама на радіо. Було відібрано такі радіо станції, як «Бізнес Радіо», «Радіо Шансон», «Радіо DJ-FM», «Радіо ROKS». Станції було відібрано за рейтингом радіостанції у Києві, базуючись на чисельності аудиторії. Радіо охоплює вікову аудиторію від 12 до 65 років. За дослідженням, проведеним інтернет-журналом Mmg.ua, що 60% опитаних слухають радіо в авто, найчастіше це вікова група від 25 до 44 років.

Останнім варіантом комунікаційного засобу є реклама на білбордах. Є сенс для розміщення реклами на білбордах розглянути варіанти вул. Жилианської, вул. Прорізна, пр. Степана Бандери, вул. Анни Ахматової. За даними інтернет-видання kiev.segodnya.ua з завантаженості доріг Києва було оцінено експертним методом завантаженість кожної з обраних вулиць для розміщення реклами на білборді.

Для визначення найкращого варіанту рекламного заходу була використана методика оцінки Сааті та обрано найкращу альтернативу за кожним потенційним каналом зв'язку.

Отже, найкращою альтернативою за рекламою в метро є реклама на колійних стінах станції Почайна. Серед радіо найбільш вигідною виявилась реклама на радіо Roks. Щодо реклами на білбордах - реклама на проспекті Степана Бандери.

Таким чином, для вибору між такими комунікаційними засобами, як реклама в метро, на радіо та на білбордах, необхідно зібрати більш детальну статистику. Детальну інформацію щодо віддачі, обсягу припливу споживачів, їх структуру без розробки впровадження рекламної кампанії, що включала б впровадження реклами в метро на колійних стінах на станції метро Почайна, реклами на радіо на радіо Roks, на білборді на проспекті С. Бандери.

Література:

1. Балабаниць А. В. *Збутова діяльність торговельних підприємств в умовах маркетингової орієнтації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.06.02 / А. В. Балабаниць. – Донецьк, 2000. – 20 с.*
2. Карпенко Н.В. *Комплекс маркетингових комунікацій у стратегічному управлінні маркетинговою діяльністю підприємства : [монографія] / Н.В. Карпенко, Н.І. Яловега. – Полтава : ПУЕТ, 2012. – 278 с.*
3. Охріменко Г. В. *Використання BTL-реклами та інтегрованих маркетингових комунікацій в рекламній стратегії просування товару на ринок / Г. В. Охріменко // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Л. Українки. – 2009. – № 23. – С. 48-52.*
4. Плотницька С.І. *Маркетингові інструменти в розвитку малого та середнього бізнесу / С.І.Плотницька // Економічний простір : зб. наук. пр. – No 124 – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2017. – С. 165–173.*
5. Хахальов А. В. *Діагностика стійкості промисловості будівельних матеріалів в сучасних умовах [Електронний ресурс] / А. В. Хахальов. Режим доступу : www.nbu.gov.ua/Articles/KultNar/knp83/pdf/knp83_23-26.pdf*

СУКАЧ О.М.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

ЛУЦЕНКО Н.О.,

старший викладач кафедри маркетингу
Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ТЕРИТОРІЇ

Трансформаційні процеси, що відбуваються у національній економіці зумовлюють появу нових підходів щодо управління господарським комплексом України. Окреслені процеси не оминають й окремі регіони та територіальні комплекси.

В умовах катастрофічної нестачі фінансових ресурсів та бюджетних реформ, змістовного значення набуває територіальний імідж, який стає реальним і значним ресурсом, який забезпечує стійкий розвиток регіонів.

Враховуючи значну конкуренцію на інвестиційному ринку, ринку послуг, у світовій практиці, з 80-х років ХХ століття основи теорії маркетингу почали активно застосовуватися у просуванні певної території. Основою таких новацій стало значне переміщення матеріальних і нематеріальних ресурсів у найбільш вигідні сфери їхнього застосування. У зв'язку із цим багато територій стали конкурувати між собою за залучення ресурсів, що привело до усвідомлення необхідності використання філософії й технологій маркетингу для формування ринкової привабливості території і її конкурентоспроможності [1].

Кейт Дінні, вважає, що брендинг територій – це інструмент, який дозволяє втримувати та залучати місцеве населення, гостей та інвесторів [2], адже він є основою залучення широких верств громадськості до проблем та пріоритетів певної території (міста, вулиці, району).

Розвиток маркетингових стратегій просування певних територій актуалізує необхідність створення її бренду. Бренд території – маркетинговий потенціал певної території у свідомості споживача, що дозволяє зробити її більш конкурентоспроможною в порівнянні з іншими територіями [3].

Наявність територіального бренду забезпечує розвиток потенціалу території, шляхом створення умов поширення інформації про неї.

У загальному розумінні, бренд території – це віртуальна, символічна конструкція в сприйнятті споживачів території, що відображає сукупність політичних, соціально-культурних, історичних, економічних і інших характеристик території, які формують уявлення щодо її привабливості й переваг у порівнянні з іншими територіями.

Формування бренду території має ґрунтуватись на основних положеннях поєднання принципів управління брендом території та його маркетинговим середовищем, на основі застосування програмного підходу, що передбачає розробку й реалізації цільових програм (за необхідністю – бюджетних).

Під час розробки бренду, необхідно враховувати кінцевий ефект, що планується отримати від просування території, а саме:

- наповнення територіального бюджету;
- залучення інвесторів;
- підвищення зацікавленості потенційних покупців до товарів місцевого виробництва;
- забезпечення конституційних гарантій соціального захисту;
- розвиток культурної сфери та забезпечення екобезпеки тощо.

Відтак, ми вважаємо, що формування бренду території має складатись з наступних етапів:

на першому етапі, на основі вивчення економіко-соціальних, політичних, історичних та географічних особливостей території, окреслюються конкурентні переваги – формується основа створення бренду;

другим етапом створення бренду території є виокремлення унікальностей території на основі сформованих ідей просування території на ринку;

просування бренду має відбуватись на третьому етапі. Основою даного етапу є піар, що на відміну від звичайних інструментів маркетингу дозволяють створити стійкий та конкурентоспроможний бренд території;

враховуючи, що бренд є носієм певної ідеї, яка відрізняє її від інших, на четвертому етапі відбувається візуалізація концепції розробки бренду території;

заключним, п'ятим етапом брендингу території є оцінка отриманих результатів з відповідним контролем та управлінням бренду.

Отже, враховуючи наведені етапи створення бренду території можна стверджувати, що це комплексний процес, під час реалізації якого необхідно послідовно та у повному обсязі виконувати кожний з етапів, оскільки порушення наведеної послідовності призведе до порушення сформованої ідеї розробки бренду.

Таким чином, якісний конкурентоспроможний бренд впливає на соціальні, економічні й культурні процеси території. Відтак, сформований бренд території дозволить оптимізувати відносини бізнесу, влади та місцевого населення завдяки розвитку території, що сприятиме підвищенню комфорту життя, як з позиції прибутку бізнесу й населення, так із зручностями проживання на території.

Література:

1. Давыдова Н. С., Зайцев М.П. *Маркетинг территории в системе повышения инвестиционной привлекательности региона. //Вестник удмуртского университета. 2012 Вып. 2. С. 15-18.*
2. Кейт Дінні. *Брендинг територій. Крайці світові практики: http://www.universalinternetlibrary.ru/book/53403/chitat_knigu.shtml*
3. Хадиуллина Г. Н. *Брендинг у системі управління територіями //Матеріали VII Міжнародного заочного конкурсу науково-дослідних робіт «Перспективи науки – 2017». /за ред. А. В. Гумеров. 2017. В-во: ТОВ "Рокета Союз" С. 239-244.*

ТАНСЬКА А.О.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: проф. А.І. Соловійов

ТЕРИТОРІАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ

Актуальність вивчення територіального маркетингу як джерела підвищення економічної привабливості регіону полягає в його значному потенціалі і користі, як для самої території, так і країни в цілому. Крім того, ефект заходів територіального маркетингу поширюється на всі групи населення

регіону, позитивно відбивається на рівні життя населення і багатьох економічних і соціальних показниках регіону.

Після визначення поточного стану регіону необхідно вибрати мету територіального маркетингу і визначити конкретні інструменти її досягнення. Одним з інструментів реалізації стратегії регіонального маркетингу виступає брендинг. *Брендинг території* - найбільш широко застосовуваний в даний момент інструмент маркетингу, який полягає у формуванні певного образу регіону. Тобто, бренд є стереотип сприйняття даної території. Дослідники виділяють такі види бренду, як історичний, туристичний, культурний, але в цілях формування економічної привабливості інтерес представляє собою економічний бренд [1].

Економічний бренд включає в себе образ території з точки зору її інвестиційного, фінансового та виробничого потенціалу. При проведенні економічного брендування необхідно виявити особливості регіону з точки зору його економічних можливостей, або його конкурентні переваги. Такими особливостями можуть бути:

- прикордонне розташування, як можливість торгово-економічного співробітництва з іншими країнами і розвитку транспортно-логістичного бізнесу;
- особливі характеристики виробничих фондів регіону (наприклад, особливі властивості ґрунтів, наявність порожніх виробничих площ і інше) як можливість організації особливих видів виробництва;
- наявність особливих економічних зон як можливості організації бізнесу на особливих умовах;
- високий відсоток економічно активного населення як забезпечення бізнес-проектів робочою силою і можливість розвитку підприємництва та освіти в регіоні;
- наявність особливих природних ресурсів, що забезпечує можливість організації спеціалізованих виробництв;
- історична економічна спеціалізація регіону, що дозволяє закріпити за територією певну виробничу специфіку;
- центральне, провідне або особливе становище в окрузі або країні, що формує більше можливостей для залучення інвесторів, робочої сили, туристів.

Після виявлення конкурентних переваг регіону як основи бренду відбувається формування мети брендування, а також його основної тези. Як тези виступає коротке гасло, що виражає мету і сутність проведення брендингу. Потім виробляються конкретні заходи, що дозволяють просунути і закріпити бренд за даною територією [2].

На нашу думку, є доцільним розділити територіальний маркетинг на наступні складові:

- маркетинг економічної інфраструктури (просування особливих економічних зон, регіональних переваг ведення бізнесу, пільг, фондів, висвітлення заходів з підтримки бізнесу),
- маркетинг бізнесу (сприяння налагодженню ділових контактів місцевого бізнесу для зміцнення позицій, просування бізнесу в інші регіони, формування умов для міжрегіонального партнерства),
- маркетинг ринку праці (формування привабливості регіонального ринку праці для робочої сили і роботодавців),
- маркетинг регіональних товарів і послуг (просування продукції місцевих товаровиробників на внутрішньому і зовнішньому ринках),
- інвестиційний маркетинг (рекламування інвестиційного потенціалу регіону);
- підтримуючий маркетинг (включає в себе комплекс маркетингових заходів, що дозволяють формувати економічну привабливість регіону в цілому, з урахуванням всіх попередніх складових маркетингу регіональної економіки - наприклад, економічні форуми, конференції, виставки та інше).

Серед складових територіального маркетингу складно вибрати основну та допоміжні, так як для підтримки економічної привабливості регіону важливі маркетингові заходи по всіх виділених напрямках.

Реалізація заходів територіального маркетингу дозволяє зміцнити економічну привабливість регіону через формування інвестиційної привабливості, розвитку людських ресурсів, просуванню економічної інфраструктури на внутрішньому і зовнішньому ринках. Процес розвитку економічної привабливості регіону через реалізацію маркетингової стратегії дозволяє посилити самостійність регіону та є передумовою і результатом припливу додаткових економічних ресурсів в регіон. Розвиток регіону в цілому, зміцнення його економічної привабливості та використання маркетингу територій, як частини стратегії регіонального розвитку, є взаємообумовленими аспектами і повинні бути підпорядковані єдиній меті.

Література:

1. Константи́ніді Х. А., Воробйова М. А., Рубін А. Г. Теоретичні аспекти застосування маркетингу територій в сучасних умовах // Вісник Адигейського державного університету, 2014. № 4 (151). С. 94-99.
2. Леонтьєва Л. С., Фоменко С. А. Бренд території як один з джерел збільшення доходів бюджету // Інновації, 2009. Спеціальний випуск. С. 74-79.

ХВОСТЕНКО О.С.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Н.І. Шашкова

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Забезпечення високого конкурентного статусу вітчизняних м'ясопереробних підприємств пов'язане з низкою чинників зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування, які в умовах активної співпраці з країнами-членами СОТ набувають дедалі нових форм прояву, зумовлених все більш складнішими взаємозалежностями.

Формування конкурентоспроможності і репутації підприємства базується на можливостях м'ясопереробного підприємства протистояти впливу чинників і елементів зовнішнього середовища. Результатом виявлення і розробки складових елементів опору зовнішньому середовищу, розробки і використання інструментів впливу на елементи внутрішнього і зовнішнього середовища є досягнення цілей діяльності м'ясопереробного підприємства, збільшення його вартості, підвищення стабільності й конкурентоспроможності, збільшення рівня довіри суспільства до підприємства, його діяльності і м'ясопродукції. Елементи опору зовнішньому середовищу і впливи на нього формуються завдяки наявності сильних складових внутрішнього середовища, а також аналізу чинників і елементів зовнішнього середовища, які найбільшою мірою впливають на м'ясопереробне підприємство [1, с. 157]. Таким чином, на основі проведеного PEST-аналізу м'ясопереробної галузі України до рекомендацій щодо боротьби з загрозами макроекономічного середовища можна віднести: державну підтримку та стимулювання розвитку м'ясопереробної галузі; державне регулювання імпорту сировини; постійний державний нагляд і контроль за встановленням роздрібних цін на ковбасну продукцію; посилення з боку держави контролю якості ковбасних виробів, включаючи контроль якості упаковки і контроль вмісту в готовій продукції небезпечних харчових добавок; впровадження нових технологій, оновлення основних фондів для підвищення конкурентоспроможності м'ясокомбінатів; формування та реалізація дієвої маркетингової політики на м'ясопереробних підприємствах; виробництво продукції згідно з технологічними стандартами ЄС для розширення ринку збуту [2 с. 89].

Аналіз ринку м'ясопродуктів показав, що важливим фактором успішного продажу продуктів на ринку є те, що ціна повинна забезпечувати привабливий рівень прибутку для посередників. І навпаки, реалізація цінової стратегії проникнення на ринок може зазнавати труднощів, якщо дистриб'ютори відмовляються займатися збутом продуктів через те, що прибуток на одиницю проданого продукту виявляється нижче, ніж на конкуруючі м'ясопродукти.

Останнім часом серед населення, особливо молоді, дуже популярним є правильне харчування та здоровий спосіб життя. У зв'язку з цим молодь, яка намагається підтримувати свій організм у зоровій формі, найчастіше віддає перевагу продуктам харчування, на етикетці яких вказується їх поживна цінність. Вважаємо, що розміщення на етикетці м'ясних виробів «компаса правильного здорового харчування» дозволить м'ясокомбінатам без витрачання додаткових фінансових ресурсів залучити більше коло лояльних споживачів, що приведе до збільшення обсягів чистої виручки від реалізації м'ясної продукції. «Компас правильного здорового харчування» на етикетці м'ясних виробів повинен містити таку необхідну для сучасного споживача інформацію, як:

- енергетичну та харчову цінність (інформацію щодо вмісту білків, жирів, вуглеводів, а також калорій у 100 грамах та порції продукту);
- як часто можна споживати продукт, що корисного є в ньому та як за його допомогою балансувати раціон;

– інгредієнти, з яких складається певний продукт та як вони можуть бути частиною збалансованого раціону харчування;

– інформацію для зв'язку із спеціалістами відділів по роботі зі споживачами.

Зазначимо, що існує велика кількість споживачів, які навпаки націлені на цілеспрямоване схуднення й тому обирають лише низькокалорійну продукцію, і цей сегмент споживачів потрібно також урахувати з метою задоволення їхніх потреб та підвищення власної чистої виручки від реалізації такого виду продукції за допомогою введення у свій товарний асортимент низькокалорійної м'ясної продукції. Нами запропоновано основні напрямки вдосконалення асортиментної політики м'ясокомбіната з урахуванням смаків, уподобань та побажань різних груп споживачів м'ясної продукції.

Отже, розробка оптимальної програми виробництва основних видів м'ясної продукції відповідно до вимог ринку і потреб споживачів з урахуванням внутрішніх можливостей використання наявного ресурсного потенціалу дозволить оптимізувати отримання прибутків на одиницю залучених у виробництво ресурсів.

Література:

1. Родіонов О.В. Дослідження впливу чинників зовнішнього середовища на конкурентоспроможність і репутацію підприємства / О. В. Родіонов // *Теорія та практика державного управління*. – 2011. – Вип. 3. – С. 155-159.
2. Ситник М. Ю. PEST-аналіз як інструмент розробки фінансової стратегії підприємств м'ясопереробної галузі / М. Ю. Ситник // *Управління розвитком*. – 2014. – № 14. – С. 87-89.

СЕКЦІЯ 7

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Бачо Р.Й.,

д.е.н., доцент, завідувач кафедри обліку і аудиту
Закарпатського угорського інституту імені Феєрнца Ракоці II

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ

В сучасних умовах господарювання в Україні змінюються і уточнюються функції бухгалтерського обліку з метою покращання інформаційного забезпечення управління. Це зумовлює потребу перегляду ряду теоретичних та практичних моментів бухгалтерського обліку, що досягається впровадженням положень (стандартів) бухгалтерського обліку та узгодження нормативної бази з особливостями підприємств різних організаційно-правових форм та галузей. Без даних бухгалтерського обліку неможливо дати об'єктивну оцінку результатам господарської діяльності підприємства. На підставі облікової інформації створюється інформаційна основа для розвитку ринку та оцінювання ефективності функціонування підприємств [2, С. 516].

Завданням інформаційного забезпечення є інформування учасників контрольного процесу про стан об'єкту, який контролюється, про його функціонування відповідно до нормативно-правових актів.

В даний час ведення бухгалтерського обліку без комп'ютерної обробки даних практично немислимо. Автоматизація бухгалтерського обліку за допомогою персонального комп'ютера сьогодні не є складним завданням ні для працівника, ні для користувача бухгалтерських програм. Однак сьогодні простота рішення комп'ютеризації бухгалтерського обліку досягнута тернистим шляхом: від комп'ютеризації окремих ділянок облікової роботи до встановлення пов'язаних баз даних для складання балансу підприємства. освоєння бухгалтерами комп'ютера на рівні не тільки користувача, але і програмування дозволяє кардинально переглянути стратегію бухгалтерських програм.

На даний час створені інструментальні засоби, що утворюють інформаційні системи бухгалтерського обліку і включають взаємопов'язані призначені для користувача місця, які мають сувору функціональну спрямованість відповідно до розподілу повноважень між рівнями управління. В сучасних умовах автоматизації бухгалтерського обліку найперше увага повинна бути приділена використанню універсальних первинних документів, в яких поєднуються оперативні та бухгалтерські дані і машиночитаних носії інформації, що дозволяють з найменшими витратами розробляти на персональних комп'ютерах систему будь-яких реєстрів і необхідну звітну документацію [1, С. 113].

Застосування таких універсальних документів дозволяє усунути дублювання при зборі даних, забезпечує збіг показників, використовуваних в оперативному і бухгалтерському обліку.

Практичні дослідження показують, що доцільніше розташовувати єдиною структурою бази даних для всіх ділянок бухгалтерського обліку.

За останні роки в Україні відбулися значні позитивні зміни в структурі ринку інформаційних технологій: основну роль стали грати великі постачальники, розвивається якісний сервіс, формуються дилерські мережі. Але при існуванні на ринку безлічі бухгалтерських програм, що задовольняють найрізноманітніші до них вимоги, завдання вибору програми для конкретного підприємства залишається дуже складним. Адже придбання і впровадження елементів програмного забезпечення вимагає значних матеріальних і трудових ресурсів; витрат ресурсів вимагає також практичне використання інформаційних систем. Тобто, з одного боку, автоматизація облікових процесів є об'єктивною необхідністю, удосконалювати організацію і форми бухгалтерського обліку можливо тільки на базі новітніх технологічних засобів. Але, з іншого боку, для того, щоб правильно вибрати систему автоматизації бухгалтерського обліку, що задовольняє всім запитам підприємства, а ще краще і враховує певні специфічні особливості діяльності підприємства, необхідно чітко уявляти систему ведення бухгалтерського обліку на підприємстві і ринку пропонуваних програмних продуктів. Оптимальне рішення двосторонньої завдання дозволить забезпечити сучасні вимоги, що пред'являються сьогодні до організації бухгалтерського обліку на підприємстві [1, С. 117].

Таким чином, сучасні інформаційні технології охоплюють самі різнобічні аспекти бухгалтерського обліку. Керівник на даний час не може прийняти управлінські рішення, не маючи достовірної, різноманітної інформацією, що надається автоматизованою системою бухгалтерського обліку

Література:

1. Зубренкова О.А. Значение информационных технологий в бухгалтерской деятельности / О.А. Зубренкова // Вестник НГИЭИ. – 2011. – № 4(5) – С. 111-118.
2. Сардачук І.І. Обліково-інформаційне забезпечення внутрішньогосподарського контролю / Сардачук І.І. – Вісник національного університету «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку, 2009. – №647. – 510-515 с.

ВОНБЕРГ Т.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
ДВНЗ «КНЕУ ім. В.Гетьмана»

ГЕРАСЬКО В.Ю.,

студентка ДВНЗ «КНЕУ ім. В.Гетьмана»

МІСЦЕ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У HR-СЕРЕДОВИЩІ

Ознакою сьогодення є швидкий розвиток абсолютно всіх сфер господарювання шляхом застосування новітніх технологій. Так, кожної секунди у світі з'являється новий проєкт, який вже через декілька днів стає сенсацією. І, можливо, через декілька місяців без цієї сенсації людство просто вже не зможе існувати. Такими ось сенсаціями і стали соціальні мережі, наприклад, Instagram, Facebook, Twitter тощо. На сьогодні вони вкоренилися в житті практично кожного українця, а заперечувати їхній вплив на суспільство просто безглуздо.

Відповідно до статистичних даних [1], в Україні проникнення означених мереж знаходиться на тому ж рівні, що й у Німеччині та Франції, а враховуючи темп розширення у 2019 році, може ще й значно перевищити.

Очевидно, аудиторія користувачів – це здебільшого молодь віком 18-33 років. І особливо цікаво те, що користувачів старших за 65 років більше, ніж тих кому 45+. Тому, можемо стверджувати, що навіть старше покоління, що звикло до скептицизму, визнало доцільність та важливість соціальних мереж.

Враховуючи популярність соціальних мереж, менеджери з персоналу вже давно навчилися використовувати їх для реалізації різноманітних функцій в HR-середовищі.

Так, соціальні мережі просто необхідні на етапі рекрутингу персоналу сучасної компанії. Вже давно існує правило «немає в інтернеті – немає в бізнесі», що означає – кожна компанія повинна відповідно до реалій сьогодення мати як власний сайт, так і актуальні сторінки у соціальних мережах. Полюючи на компетентних та найкращих кандидатів, компанія має зацікавити не лише оголошенням, а й своїми сторінками в соціальних мережах. Адже, наявність «живих» сторінок підвищує рівень довіри до компанії. Очевидно, під час пошуку бажаного робочого місця, після ознайомлення з оголошенням, потенційний кандидат буде досліджувати не тільки офіційний сайт компанії, а ще й сторінки в соціальних мережах. За допомогою них, майбутній працівник може дізнатися наскільки ця компанія популярна серед користувачів соціальної мережі, як компанія відноситься до працівників та дізнатися справжні відгуки про компанію.

У свою чергу, спеціалісти HR-відділів досліджують сторінки в соціальних мережах потенційних кандидатів на посаду. Саме там здобувається інформація про стиль життя, звички та деякі риси характеру людини, на базі якої вже можна зробити попередні висновки: чи «впишеться» кандидат в корпоративну культуру компанії.

Разом із тим, соціальні мережі дозволяють фахівцям із добору персоналу зменшити грошові витрати на пошук кандидатів. Навіть більше, вони можуть бути відсутні, якщо пошук кандидата відбувається через соціальні мережі. Наприклад, інколи достатньо просто розмістити оголошення про вакансію на сторінці компанії і потенційні кандидати самостійно будуть надсилати резюме для відбору.

І, звичайно, соціальні мережі просто незамінні під час пошуку креативного та неординарного кандидата. Загальновідомі приклади, коли міжнародні компанії саме таким чином вишукували потрібний персонал.

Ще однією особливістю соціальних мереж є доступ до інформації. Так, керівники можуть шукати і надавати додаткові курси, семінари, вебінари для працівників компанії. А додаткові можливості відкриваються при знанні іноземних мов, адже багато інформації можна знайти на сторінках міжнародних компаній, у тому числі й конкурентів чи партнерів. Отже, соціальні мережі особливо актуальні під час розвитку персоналу.

Для менеджерів соціальні мережі також можуть допомогти у розв'язанні питання продуктивності робітників. Наприклад, HR-менеджер, при дослідженні питання зниження продуктивності окремого робітника, може перш за все проаналізувати інформацію, що міститься на сторінці працівника на предмет наявності абсентеїзму.

Тож, можна підсумувати, що, дійсно, соціальні мережі зараз займають не останнє місце в управлінні персоналом. Вони використовуються як при роботі з потенційними кандидатами на етапі рекрутингу, так і вже безпосередньо з працівниками компанії. Соціальні мережі відкривають широкі можливості і доступ до корисної інформації, зв'язку та налагодження контактів не тільки з партнерами та робітниками на території певної країни, а ще й за її межами.

Література:

1. Карпусь В. Количество украинских пользователей Instagram за 2018 год выросло более чем на 50% — подробная статистика // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://itc.ua/news/kolichestvo-ukrainskih-polzovateley-instagram-za-2018-god-vyroslo-bolee-chem-na-50-podrobnaya-statistika/>

ДЕМ'ЯНЧУК М.А.,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

МЕГЕЛЬ К.Р.,

студентка 3 курсу економіко-правового факультету,
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИХ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМАХ

На сьогоднішній час цифровізація економіки та всіх її сфер є невід'ємним процесом. Такі сфери економічної діяльності як транспортна, зв'язку та інформатизації, фінансової та страхової діяльності є одними з головних рушійних сил в економічному розвитку країни. Сучасне життя потребує нових вимог до мобільності транспорту, з одного боку, і все більш жорстких вимог до безпеки руху, з іншого. У деяких країнах світу вже відбулась інтеграція сучасних інформаційних і комунікаційних технологій, засобів автоматизації з транспортною інфраструктурою, транспортними засобами і користувачами, що орієнтовано на підвищення безпеки і ефективності транспортного процесу, комфортності для водіїв і користувачів транспорту та отримало назву інтелектуальні транспортні системи (ІТС). При цьому не менш важливим суб'єктом цієї інтеграції та існування ІТС є фінансові установи, за допомогою яких можуть надаватися фінансові послуги всім учасникам цих систем на основі використання сучасних фінансових технологій та є важливим у сучасних умовах розвитку.

Велика кількість питань щодо розвитку, впровадження та існування ІТС, інформатизації та цифровізації економіки досліджуються у працях вітчизняних та іноземних вчених. Так, процеси цифровізації та інформатизації країни, проблеми функціонування ринку ІКТ у системі господарства досліджують, наприклад, такі іноземні вчені як А. Абрамова, В. Агапов, Н. Ашіш, Б. Баласс, Де Бірс, О'Браєн, Дж. Вайнер, Дж. Вінер, Х. Джонсон, С. Купер, К. Ланкастер, Л. Лінд та інші. Закономірності створення та функціонування інтелектуальних транспортних систем досліджують В. Васильєв, А.Е. Горєв, С.В. Жанказієв, В.В. Зирянов, В.Г. Кочерга, Ст. Леміш, Л. Міротин, Д. Рассел, Р. Старовойт, Н. Троїцька, тощо. Питання використання інформаційних систем та ІКТ у функціонуванні різних сфер економічної діяльності досліджують такі вчені як А. Батюк, С. Войтко, С. Глівенко, І. Грибик, В. Новак, І. Новаківський, І. Рогач, М. Твердохліб та інші. Однак недостатньо дослідженими залишаються питання щодо використання фінансових технологій в процесі функціонування ІТС, що і стало метою роботи.

Виклад основного матеріалу. Загалом, фінансові технології (FinTech) — це технології, що застосовуються в фінансових службах, або використовуються для того, щоб допомогти компаніям керувати фінансовими аспектами свого бізнесу, включаючи нові програми та додатки, процеси та

бізнес-моделі, що є основою для всіх онлайн-транзакцій — переказів грошей, кредитування, сплати комунальних платежів тощо [1].

Застосовуючи ці технології в ІТС користувачам надається можливість більш швидкої та зручної оплати шляхом використання Інтернету незалежно від їх місцезнаходження.

Аналіз таких країн як США, Канада, Франція, Японія, Китай, Австралія, Арабські країни, Росія та інші, у яких вже функціонують такі ІТС дозволив встановити які саме фінансові послуги вже надаються фінансовими установами, зокрема послуги електронної оплати [2]:

1. Однією з послуг для користувачів ІТС є електронна оплата за квитки на транспорт різних видів (наприклад, інтегрована система квитків за допомогою смарт-карток). Електронна оплата включає електронну купівлю і продаж квитків, використовуючи магнітну стрічку і квитки у вигляді інтелектуальних карток.

2. Інтерфейси карток для подорожей. Картки, орієнтовані відносно навколишніх орієнтирів, дозволяють людям швидше зорієнтуватися у незнайомій місцевості та зробити менше помилок порівняно з картами, орієнтованими відносно сторін світу.

3. Електронний збір оплати здійснюється шляхом поєднання смарт-картки з іншими функціями. Картки можуть безконтактно зчитувати для застосування продажу та купівлі квитків або з повним контактом і з доступом на основі ведення пін-коду для інших виплат. Операції проводяться лише між картою та продавцем. Альтернативні системи електронної системи можуть користуватися мобільними телефонами для здійснення купівлі. Сума продажу нараховується на телефонний рахунок. Продавці отримують оплату з рахунків телефонної компанії.

Однією з пріоритетних послуг для користувачів ІТС є електронний збір дорожнього мита. Електронний збір дорожнього мита допомагає досягти більшої зручності в оплаті, вимагає менше зупинок, зменшує витрати на систему збору дорожнього мита і мінімізує витік прибутків у зв'язку з корупцією у порівнянні з ручними системами виплат дорожнього збору. Це здійснюється за допомогою різних систем, однією з них є Dedicated Short Range Communications (DSRC) спеціального короткоперіодного зв'язку.

Існують різні системи, які використовують електронні картки. Водії здійснюють передоплату з рахунку, це фіксується або на смарт-картці, або у центральній системі. Під час поїздки по дорозі картка зчитується за допомогою вмонтованих сигнальних пристроїв. Картка активується і система списує з рахунку користувача плату за ту відстань, яку він проїхав станом на цей момент дня.

Таким чином, використання фінансових технологій в інтелектуальних транспортних системах дозволяють підвищити технологічні рішення для покращення фінансових послуг та надають можливість користувачам більш швидкої та зручної оплати незалежно від їх місцезнаходження.

Література:

1. *Що таке фінтех і як він впливає на ваше життя вже сьогодні? Економічна правда, 5 грудня 2018 р.* URL: <https://www.epravda.com.ua/projects/fintech/2018/12/5/641431/>.
2. *Sustainable Urban Transport Project.* URL: <https://www.sutp.org/>.

МИХАЙЛОВА В.О.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри інформатики, програмної інженерії та економічної кібернетики
Херсонського державного університету

ПРОБЛЕМИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Учасники вітчизняного фондового ринку і науковці дедалі частіше порушують питання щодо можливостей використання технічного аналізу. Він має важливе значення, тому що є своєрідним пропуском на ринок цінних паперів, інструментом регулювання, прогнозування.

Разом із тим застосування технічного аналізу нашоухується на деякі проблеми, які можуть поставити під сумнів його ефективність.

Проблематичність криється в методах технічного аналізу, їх використанні, у відсутності умов «ефективного ринку, котрі необхідні для досліджень».

На українському фондовому ринку складність застосування технічного аналізу пов'язана для продавців і покупців з малою доступністю, неточністю, недостатньою прозорістю, несвоєчасністю отримання інформації.

Повний доступ до інформації, особливо додаткової, мають лише окремі суб'єкти ринку цінних паперів. Існує олігархічність – певна кількість великих гравців, які володіють величезними обсягами цінних паперів, напряму впливають на ціноутворення. Інформація для них перетворюється в фактор здобування переваг – високих дивідендів, засновницького прибутку, курсової різниці.

Переважна більшість суб'єктів фондового ринку аналізують інформацію, користуються замість єдиного принципу різними, завдяки чому одержують інформацію неоднакової повноти з різних джерел.

Ці негативні аспекти не дозволяють урахувати усю можливу інформацію, відображати дійсні рухи трендів, приймати зважені інвестиційні рішення.

Якщо інформації недостатньо, вона не відповідає дійсності, то, як підтверджує українська дійсність, фондовий ринок залишається без значної кількості учасників торгівлі цінними паперами. В свою чергу знижується капіталізація та ліквідність ринку. А в умовах недостатньо функціонуючого фондового ринку проведення технічного аналізу є мало ефективним, можливо й недоцільним.

Важливою проблемою використання технічного аналізу на фондовому ринку є присутність суб'єктивної складової в дослідженні та оцінці інформації та суб'єктивність у прийнятті рішень.

Завжди вибір методики проведення технічного аналізу є суб'єктивним. За бажанням аналітиків обираються й налаштовуються індикатори, їх параметри. Методи можуть бути не зовсім правильними, достатніми. Це не дозволяє однозначно інтерпретувати ціноутворення цінних паперів в один і той же момент часу.

Суб'єктивність є наслідком аналізу графіків в різному інвестиційному горизонті і тимчасовому масштабі.

Оперування в технічному аналізі різними часовими періодами (години, дні, тижні, місяці, роки) веде до отримання на виході неоднакових висновків.

Суб'єктивність проявляється в ствердженні про ступінь ймовірності того, що деяка подія відбудеться, а не ствердження, що воно станеться неодмінно.

Використання технічного аналізу потребує у дослідників глибоких знань. Він заснований на складних математичних і статистичних концепціях. Комп'ютерні програми технічного аналізу фондового ринку істотно зменшили труднощі, пов'язані з розрахунками, але це не полегшує розуміння правильного проведення досліджень. Крім того необхідно підібрати відповідну торгову платформу, яка дозволяє віддалено бути присутнім на фондовому ринку.

Важливе розуміння її можливостей, надання саме тих інструментів, які зручні для досвідчених користувачів.

Спостерігається нехтування сутнісним змістом ринку цінних паперів. Деякі аналітики не можуть зрозуміти природу ринку, вважають, що це природний, а не штучно створений об'єкт.

Багато учасників фондового ринку розглядають саме графік, забуваючи, що він тільки засіб проведення технічного аналізу.

Індикатори та моделі технічного аналізу дають найбільший результат тільки за умов, коли графік відображає усю сукупність інформації про цінні папери та його емітентів.

Населення, будучи дрібними власниками цінних паперів, дуже часто не знайоме з загальними аспектами та основними засобами проведення технічного аналізу, приймає інвестиційні рішення хаотично.

Підвищення ефективності застосування технічного аналізу на фондовому ринку потребує вживання низки заходів для вирішення як окремих, так і усієї сукупності проблем.

Важливим кроком у створенні умов для аналізу фондового ринку є зміни в усіх елементах інформаційної забезпеченості, в тому числі рейтингуванні.

Для покращення сфери рейтингування необхідно:

– передбачити відкритість та доступність результатів рейтингових агентств шляхом розташування їх на інформаційних ресурсах;

– гарантувати підтримку та постійне оновлення результатів рейтингових агентств, що потрібно для своєчасного отримання учасниками інформації про становище фінансового інструменту та його емітента;

– введення єдиного стандарту для визначення та присвоєння кредитного рейтингу цінних паперів з метою уникнення маніпулювань з оцінками на користь певних фізичних чи юридичних осіб;

– забезпечити моніторинг встановленої рейтинговими агентствами оцінки і можливості призупинити або скасувати результати оцінювання при помилках, використанні не передбачених методик оцінювання;

– необхідно забезпечити рейтингові агентства співробітниками, які мають достатню кваліфікацію, освіту, досвід роботи. Наявність кваліфікаційних умов закріпити національною комісією з цінних паперів та фондового ринку;

– ввести значні штрафи та санкції для посадових осіб рейтингових агентств у випадку порушення законодавства;

– установити відповідні вимоги для отримання статусу рейтингового агентства;

– визначити мінімальний рівень оцінки рейтингових агентств;

– створити державний реєстр рейтингових агентств, благонадійні умови для функціонування асоціацій рейтингових агентств.

Для удосконалення застосування технічного аналізу фондового ринку потрібно усунення будь-якої можливості для маніпулювання ціною цінних паперів. Для цього треба:

– зобов'язати акціонерні товариства своєчасно публікувати інформацію про стан та перспективи діяльності, про емісію, рух цінних паперів;

– посилити законодавчу базу про надання акціонерними товариствами корпоративної інформації;

– удосконалити права щодо захисту міноритарних акціонерів та створювати для всіх рівний доступ до корпоративної інформації;

– посилити роль наглядової ради підприємства, яка може підвищити інформаційну прозорість.

Здійснювання перерахованих заходів допоможе розширити простір технічного аналізу, підвищити його якість, перетворити в потужний інструмент прогнозування, діяльності фондового ринку.

Література:

1. Скрипниченко М.В. *Портфельные инвестиции: Учебное пособие*. СПб: Университет ИТМО, 2016. URL: <https://books.ifmo.ru/file/pdf/1914.pdf>

2. *Офіційний сайт національної комісії з цінних паперів та фондового ринку*. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/>

СКЛЯР Д.В.,

аспірант Одеського національного економічного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Н.В. Сментина

ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В УКРАЇНІ

Щорічно інтернет-технології все більше впливають на глобальні світові економічні процеси. Так і в Україні відбувається поступовий перетік грошових потоків у сферу електронного бізнесу – комерцію в Інтернеті. Е-commerce займає значну питому вагу у структурі національних економік промислово-розвинутих країн і має тенденцію до зростання.

Виявлення сучасних світових тенденцій розвитку електронного бізнесу та аналіз можливостей і перспектив участі України у всесвітній електронній торгівлі на думку дослідників вбачається можливим за рахунок [1]:

– визначення глобальних тенденцій у сфері Інтернет-технологій, використовуючи досвід США, як світового лідера в електронній торгівлі;

– вивчення можливостей європейського ринку інформаційних технологій та його розвиток у найближчі роки;

– розгляду сучасного стану українського сегмента Інтернету та перспектив розвитку електронної комерції в нашій країні;

– виявлення необхідних умов для більш швидкого включення України в міжнародну систему електронної торгівлі.

Головні тренди інтернет-розвитку у 2019 році наведені у доповіді Мері Мікер [2] – інвестора та партнера венчурного фонду Bond Capital. Вони свідчать про таке:

– щорічний приріст активних користувачів мережі Інтернет («індекс проникнення Інтернету») знизився у 2019 році до 6% і наразі складає 51% від усього світового населення або 3,8 млрд. людей;

– частка продажів у мережі Інтернет складає 15% від усіх світових продажів. Показовим є порівняння темпів щорічного приросту обсягів продажів онлайн – 12,4% та офлайн – 2%, що свідчить про поступовий перерозподіл попиту споживачів в бік e-commerce;

– витрати на інтернет-рекламу та просування в Інтернеті різноманітними засобами зросли майже на чверть – 22%;

– геймінг та відео-стрімінг стають все більш популярними сферами серед інтернет-користувачів, кількість їх прихильників зросла до 2,4 млрд. людей;

– все більше значення для користувачів відіграє приватність веб-серфінгу – приблизно 87% світового трафіку в I кварталі 2019 р. зашифровано, тоді як у 2016 р. – 57%.

В останні роки зростання українського сегмента інтернету спостерігається у всіх напрямках. Однією із рушійних сил розвитку інтернет-сектора в Україні є зростаюча кількість його користувачів. Наразі національна інтернет-економіка представлена галузями комп'ютерної техніки і комунікаціями, рекламою і медіа-індустрією, інтернет-послугами, електронною комерцією.

Дані моніторингу інтернет-проникнення в Україні, що оприлюднені комітетом ІНАУ з питань інтернет-реклами [3], свідчать про такі тенденції:

1. У 2019 році частка регулярних користувачів (використовують інтернет 1 раз на місяць і частіше) склала 71% усього населення або 22,96 млн. людей. Такий високий показник фіксується вперше за останні 3 роки (у 2016-2018 рр. – 63-64%). «Індекс проникнення Інтернету» в Україні більший за світовий показник – 51%, проте менший, ніж загальноєвропейський – 78%.

2. Однією з причин зростання використання Інтернету є «смартфонізація» населення (22% користувачів виходять в Інтернет за допомогою смартфонів; для багатьох смартфон є першим і єдиним пристроєм для доступу до мережі).

3. Однією з передумов зростання є розповсюдження доступу в Інтернет серед мешканців сіл та невеликих міст.

4. Продовжується вирівнювання структури інтернет-користувачів відповідно до структури населення. Цей процес фактично завершений за гендерним показником, і триває за іншими показниками: регіональному, професійному, освітньому, рівню доходів, віковому.

5. Найбільшу частку користувачів складають вікові групи 25-34 років (25%) та 35-44 років (21%). Майже все населення України віком до 35 років є інтернет-користувачами. Тренди розвитку e-commerce задає розподіл української інтернет-аудиторії за рівнем доходу, адже 44% і 40% аудиторії припадає на громадян з середнім доходом та доходом нижче середнього.

Згідно з даними дослідження Європейського Бюро інтерактивної реклами AdEx Benchmark 2018 Україна посіла перше місце за темпами зростання ринку інтернет-реклами [4]. Оціночний обсяг вітчизняного ринку інтернет-реклами в 2018 році склав 475 млн євро (19 показник в Європі) з найбільш швидким темпом росту серед європейських країн – 26,9%.

Аналіз особливостей ринку електронної комерції в Україні показує, що бізнес надзвичайно привабливий для інвесторів. На його користь свідчать малі першочергові капіталовкладення. Разом з тим, перешкодами є недорозвиненість системи електронних розрахунків, низький рівень доходів населення, відсутність довіри до онлайн магазинів та ін. Загалом, перспективи розвитку вітчизняного e-commerce значні та ринок демонструє високі темпи зростання.

Література:

1. Гаврилишин Н. М. Сучасний стан та перспективи розвитку електронної комерції в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Informatica/67476.doc.htm.

2. Internet Trends 2019. URL: <https://www.bondcap.com/report/itr19/2> (дата звернення: 11.06.2019).

3. Проникнення інтернету в Україні. URL: https://inau.ua/sites/default/files/file/1910/dani_ustanovchyh_doslidzhen_iii_kvartal_2019_roku.pdf (дата звернення: 10.10.2019).

4. IAB Europe Report: AdEx Benchmark 2018. URL: <https://iab europe.eu/research-thought-leadership/iab-europe-report-adex-benchmark-2018/> (дата звернення: 23.07.2019).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛИНЕЙНОЙ НОРМИРОВАННОЙ ДИАГРАММЫ В ОЦЕНКЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ ПОЗИЦИИ БИЗНЕСА

Аппарат линейных нормированных диаграмм (ЛНД) представляет собой столбчатую диаграмму метрик $p_i, i = \overline{1, n}$, по которым оценивается объект хозяйственной деятельности с точки зрения конкурентоспособности [1, с. 158], причем ширина отдельного столбца численно равна соответствующему коэффициенту весомости α_i i -й принятой метрики (рис. 1).

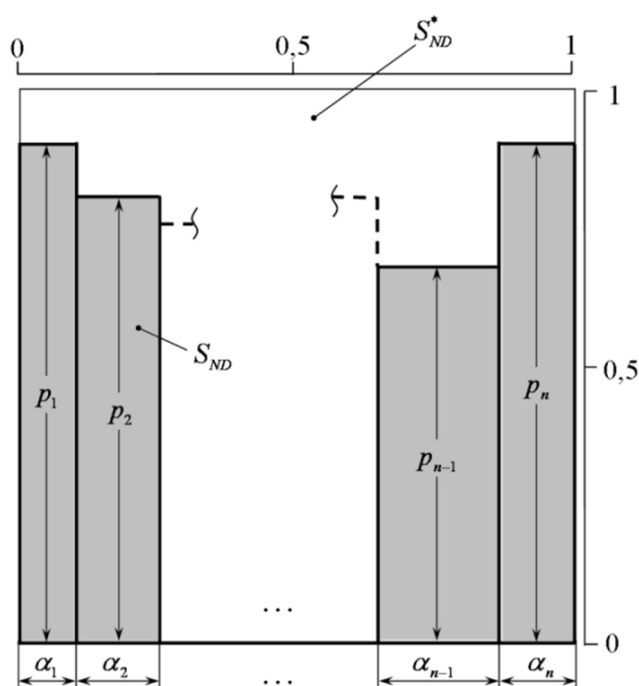


Рисунок 1. - Общий вид линейной нормированной диаграммы [1].

Площадь эталонной ЛНД предполагается равной единице

$$S_{ND}^* = 1, \quad (1)$$

при этом площадь фигуры, образуемой составными частями ЛНД, численно равна значению некоторого обобщенного показателя, характеризующего полноту реализации функций предприятия по отношению к выбранным конкурентам:

$$S_{ND} = P_{\Sigma} = \sum_{i=1}^n \alpha_i p_i \quad (2)$$

Выражение для разрыва - R , в этом случае, выглядит следующим образом

$$R = 1 - \sum_{i=1}^n \alpha_i p_i \quad (3)$$

Кроме описанных графоаналитических функций, элементы диаграмм могут выступать функционалом в разного рода задачах оптимизации, что подтверждает их практическую значимость и расширяет диапазон применимости в задачах управления конкурентоспособностью.

Предположим, что глобальная система показателей предприятия (СПП) может быть представлена 10 метриками.

Таблиця 1

Характеристики ЛНД СПП для стратегической зоны хозяйствования корпорации

i	СПП	Коэффициент весомости α_i	$\frac{S_{ND}}{S_{ND}^*}$	R_{ND}
1	Организационная структура управления	0,07	86%	0,14
2	Система управления	0,12	85,6%	0,144
3	Маркетинг	0,15	83,8%	0,162
4	Система организации производства	0,13	80,5%	0,195
5	Персонал предприятия	0,06	86,9%	0,131
6	НИОКР	0,1	79,9%	0,201
7	Финансы	0,09	85%	0,15
8	Снабжение	0,1	86,4%	0,136
9	Сбыт	0,11	86,%	0,14
10	Учет	0,07	86,8%	0,132

В таблице 1 представлены следующие характеристики: иерархическая СПП, их относительные коэффициенты весомости, $\frac{S_{ND}}{S_{ND}^*}$ – отношения текущих и эталонных значений площадей для ЛНД; $R_{ND} = S_{ND}^* - S_{ND}$ – значения разрывов для ЛНД СПП.

Высокая информативность полученных результатов для процесса принятия управленческих решений определяется возможностью визуализации границ эффективности вариантов процессов, где особое внимание уделено наиболее специфическим ситуациям.

Все необходимые расчеты, как и визуализация последовательных действий, могут быть выполнены в автоматическом (автоматизированном) режиме с использованием математических пакетов Microsoft Excel или MAPLE.

Література:

1. Романенков Ю.А. Средства инфографического анализа агрегированных показателей многомерных объектов и систем [Текст] / Ю. А. Романенков, В.М. Вартамян, Ю. Л. Прончаков, Т. Г. Зейниев // Системы обработки інформації. – 2016. – № 8. – С. 157-165.

СОЛОМІНА Г.В.,

к.е.н., доцент кафедри фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

**ГЛОБАЛЬНА ІНТЕГРАЦІЯ ЦИФРОВОЇ
ІНФРАСТРУКТУРИ ФОНДОВОГО РИНКУ**

На американському, європейському та азійському фондових ринках відбувається процес консолідації фондових бірж для проведення операцій з цінними паперами транснаціональних компаній, які уже ідентифікуються за галузями діяльності, а не за країною їх розташування. Віртуалізація приводить до того, що біржовий та позабіржовий ринки стають частинами одного цілого, оскільки виконують одну із найважливіших економічних функцій, а саме перерозподіляють фінансові ризики між суб'єктами економіки.

Електронний біржовий трейдинг поступово приводить до наближення біржових і позабіржових фондових ринків, при цьому первинні та вторинні ринки цінних паперів поступово переміщуються у позабіржову торгівлю, що здійснюється через віртуалізацію шляхом електронних комунікаційних мереж (ЕСМ – Electronic Communication Networks), в яких здійснюється угода купівлі-продажу біржових товарів, що пов'язує провідних брокерів та окремих трейдерів між собою, щоб вони могли торгувати безпосередньо, минаючи біржові механізми посередників [1,2]. Технологія ЕСН наведена у системі «підбору відповідних ордерів» (order matching system), що дозволяє автоматично виконувати протилежні (на покупку і на продаж) накази за збігу їхніх деяких параметрів (актив, ціна, кількість), вони відносяться до електронних систем торгівлі з прямим доступом, тобто за допомогою цієї системи

ордер від імені клієнта прямо надходить на ринок. У цьому полягає основна відмінність системи від брокера, який виступає посередником – обробляє ордер у своїй внутрішній системі і виводить його на ринок вже від свого імені [3].

Таким чином, ECN глобалізує ринок, оскільки дозволяє проводити операції за рамками робочого часу конкретної місцевості. Очевидними перевагами електронної системи є: можливість щоденних і цілодобових торгів, учасники торгів можуть перебувати в різних часових поясах; розширення кількості учасників торгів, що пропонують свої котирування; оперативне забезпечення учасників усією необхідною торговою інформацією; відкритість для учасників, які раніше не мали прямого доступу до торгів і не могли конкурувати з брокерами.

Накази навіть приватних осіб, віддані через систему з'являються на ринку і можуть впливати на його динаміку; прозорість, тобто усі ордери відбиваються в системі, і інформація по ним доступна всім учасникам. Крім того, кращий ордер потрапляє на ринок (на конкретний торговельний майданчик) від імені ECN, що має статус маркетмейкера, тобто ECN виступає знеособленим брокером для своїх клієнтів-передплатників, які величезне число угод просто роблять між собою. Технологія ECN забезпечує підвищену надійність і безпеку конфіденційності інформації про учасників і здійснюваних ними угодах, застосовуючи різні технології верифікації користувачів, поділу повноважень і доступу, шифрування даних [2].

Характеризуючи сучасну динаміку розвитку світового фондового ринку необхідно зазначити, що відповідно до звіту Світової федерації бірж (World Federation of Exchanges), у 2017 році капіталізація глобального фондового ринку становила 5,9% в порівнянні з 2016 р. (67,2 трлн. дол. США у 2017 р., а у 2016 р. – 63,5 трлн. дол. США). Хоча існують регіональні відмінності в обсягах торгівлі акціями. В регіоні ЕМЕА (Європа, Близький Схід, Африка) спостерігалось зростання капіталізації на 5,2%, а в пн. та пд. Америці цей показник становить 10,3%. Водночас капіталізація в Тихоокеанському регіоні становить лише 0,7% [4].

Таким чином, віртуалізація потужно впливає на розвиток світового фондового ринку. На базі інноваційних платформ відбувається консолідація бірж через перехід у віртуальну площину функціонування фінансового капіталу через ІТК-системи, спричиняючи поширення позабіржової торгівлі, призводячи до її конкуренції з біржовою торгівлею. З одного боку, біржові альянси утворюються щоб протистояти альтернативним торговим системам, а з іншого – процес інтеграції є самозумовлюючим фактором віртуалізації світового фінансового ринку.

Література:

1. *Капіталізація NYSE Euronext та NasdaqOMX* URL: <https://www.euronext.com/en/market-data;http://business.nasdaq.com/discover/index.html>
2. *Офіційний сайт Currenex*. URL: <http://www.currenex.com/>
3. *Офіційний сайт Electronic Communication Networks (ECNs)*. URL: <http://www.sec.gov/answers/ecn.htm>
4. *Офіційний сайт світової федерації бірж*. <http://www.world-exchanges.org/home/index.php/statistics/annual-statistics>)

СУХОДОЛЬСЬКА А.С.,

старший викладач кафедри цифрової економіки
та міжнародних економічних відносин

Державного університету «Житомирська політехніка»

РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНИХ НАВИЧОК ПРАЦІВНИКІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Цифровізація визначена в найближчі роки одним із основних факторів зростання світової економіки. Згідно Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки її визначено як насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливило інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір [1]. Важливими її перевагами є не лише зростання продуктивності праці, але й непрямі переваги: економія часу, створення нового попиту на нові товари й послуги, нова якість та цінність тощо [2]. Основними складовими цифрової економіки (за Т. Месенбургом) є: підтримуюча інфраструктура (програмне

забезпечення, мережі тощо), електронний бізнес (ведення бізнес-процесів через комп'ютерні мережі), електронна комерція (торгівля через комп'ютерні мережі).

В Україні складові цифрової економіки відповідно до «Цифрового порядку денного – 2020» наступні [3]:

– «цифрова» індустрія, тобто сфера інформаційно-комп'ютерних технологій як галузь економіки;

– «цифрова» інфраструктура;

– «цифровізація» бізнесу, промисловості;

– «цифрові» навички, компетенції та лідерство;

– «цифрова» культура.

Значні зміни в організації економічних відносин у зв'язку з цифровізацією економіки потребують якісно нових підходів щодо розвитку персоналу компаній. Якщо раніше ринок праці потребував працівників, які багато працювали та були професіоналами своєї справи, то сьогодні для того, щоб бути конкурентоспроможними, важливими аспектами особистості є здатність адаптуватися до змін, творчість у вирішенні проблем, ініціативність та лідерство. Основний акцент у розвитку персоналу все частіше ставиться на удосконаленні «soft skills» працівників – їх універсальних чи функціональних компетенцій, як то: здатність до саморозвитку, удосконалення лідерських якостей, володіння базовими математичними знаннями, а також розвитку комунікативних навичок та навичок співробітництва. Саме вони допомагають краще адаптуватися до роботи в умовах трансформаційних змін та потужної цифровізації економіки.

Комунікативні навички працівників – певна властивість особистості, яка формується на основі професійного та особистого досвіду; здатність працівника взаємодіяти в колективі, ефективно спілкуватися. На розвиток даних навичок вагомим чином впливає комунікативна культура, яка склалася на підприємстві. Не дарма сьогодні все більше уваги приділяється нематеріальній мотивації, задоволеності працею, адже кількість і обсяг комунікацій зростає, підвищується рівень психологічної напруженості роботи. Так, формування комунікативної культури досягається шляхом проголошення на всіх рівнях управління єдиних принципів та норм етики ділового спілкування, залучення працівників до управління підприємством, створення сприятливого морально-психологічного клімату у колективі, покращення корпоративної культури. На підприємствах стали популярними посади менеджерів з «управління щастям» працівників, соціальні працівники, адже цифровізація та, іноді, надмірна інформатизація можуть призводити до професійного вигорання, зниження рівня комунікативної взаємодії всередині компанії. Важливу роль відіграє конструктивне неформальне спілкування в колективі. Організація для працівників курсів з вивчення іноземних мов, проведення тренінгів та семінарів, вирішення бізнес-кейсів сприяють розвитку комунікативних навичок та, відповідно, покращенню роботи підприємства та задоволеності праці кожного співробітника.

Література:

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.

2. Країна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html#6-2-3>.

3. Передерій Т.С., Маковоз О.С. Управління персоналом в умовах цифрової економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/4371/Upravlinnia%20personalom%20v%20umovakh%20tsyfrovoy%20ekonomiky_Makovoz_Perederii_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

студентка 3 курсу факультету транспорту, менеджменту та логістики
Національного авіаційного університету, м. Київ

Науковий керівник: д.т.н., доцент В.Є. Марчук

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТУ ТА ЛОГІСТИКИ НА ПЛАТФОРМІ БЛОКЧЕЙН

Сучасний розвиток транспорту та логістики в Україні неможливий без розвитку цифрової економіки, яка полягає у створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту та формуванні потреб щодо використання цифрових технологій, продуктів та послуг серед українських секторів промисловості, сфер життєдіяльності, бізнесу та суспільства для їх ефективності, конкурентоздатності та національного розвитку, зростання обсягів виробництва високотехнологічної продукції та благополуччя населення [1].

Цифрова економіка – це глобальна мережа економічних та соціальних заходів, які реалізуються через платформи Інтернету, мобільні та сенсорні мережі. Однією з перспективних платформ впровадження є блокчейн (ланцюжок блоків) – це розподілена база даних, у якій пристрої зберігання даних не підключені до загального сервера. Ця база зберігає постійно зростаючий список упорядкованих записів, названих блоками, кожен з яких має позначку часу і посилання на попередній блок. Інформація блоків копіюється і зберігається на різних комп'ютерах без прив'язки до одного конкретного сервера, що унеможливує підміну записів[2].

За даними ресурсу CB Insights [3], блокчейн зможе трансформувати майже всі галузі господарства: торгівлю, логістику, хмарні сервіси, менеджмент, банківську справу, фінанси, біржові торги, освіту, системи для голосування і виборів, продаж і лізинг автомобілів, IoT, статистику, нерухомість та ін.

Блокчейн-система працює за певними принципами. Для початку створюється первинний блок, в якому відсутні посилання на попередні блоки. Кожен наступний блок містить інформацію про попередній, вид транзакції, свій заголовок, що використовують при генерації чергового блоку. Користувачі можуть бачити всю кількість блоків, але мають доступ лише до своїх даних. Будь-які зміни без підтвердження криптографічними ключами відхиляються. Передача закритого ключа надає повний доступ до блоку (грошей та інших активів). Завдяки цьому легко реєструвати угоди, що проводяться через онлайн-ресурси [4].

Додатки на основі блокчейну мають потенціал для поліпшення ланцюгів поставок, на яких будується торгівля і виробництво, надаючи інфраструктуру для реєстрації, сертифікації і відстеження недорогих товарів, які передаються між віддаленими контрагентами, що пов'язані через ланцюжок поставок.

Найбільш відомим проектом впровадження технології блокчейн в практичну роботу підприємств транспортної галузі і логістики є платформа CHAINTLM, яка об'єднує операторів п'яти видів транспорту (морського, річного, залізничного, автомобільного, авіаційного) в єдину світову транспортну мережу. CHAINTLM дозволяє вантажовласнику автоматизувати процеси пошуку перевізників і оформлення угод, підвищити ефективність роботи персоналу компанії [5].

Додатки на базі блокчейна активно використовуються і в управлінні логістикою поставок продуктів харчування. Наприклад, компанія Walmart спільно з IBM тестують блокчейн-мережу Food Trust. Постачальник в онлайн-режимі може відстежувати і контролювати терміни доставки, температурний режим. За прогнозами, технологія блокчейна забезпечить повну прозорість і простежуваність продукції на всьому маршруті проходження товару, дозволить виконувати автоматичне виставлення та оплату рахунків, при цьому платіж буде оброблятися, як тільки товари прибудуть в пункт призначення.

У різних країнах технологія блокчейн часто обговорюється на державному рівні. Деякі мова йде виключно про біткоіни та їх аналоги. Інші держави намагаються її впровадити в банківських структурах, включаючи міжнародні перекази. В Україні на блокчейн частково перевели Державний земельний кадастр. Зокрема, на цій технології працює процес перевірки виписки. На другому і третьому етапі впровадження блокчейну в кадастр на розподілений реєстр переведуть існуючу базу даних та проведені транзакції. Наступним реєстром, до якого планують застосовувати блокчейн, є Державний реєстр речових прав на нерухоме майно [2].

Завдяки використанню платформи блокчейн можливо вирішити ряд проблем, пов'язаних із скороченням часу на фінансові процедури, зниженням матеріальних витрат за рахунок відсутності необхідності в потужних серверах та дорогих комплексах зі зберігання даних, позбавленням монополії великих компаній, які намагаються за рахунок великого капіталу маніпулювати ринком [4].

Таким чином, використання блокчейну найближчим часом буде таким же звичайним явищем, як і глобальна інтернет-мережа, яка ще недавно вважалася чимось фантастичним.

Література:

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018>.
2. Что такое Блокчейн (Blockchain)? Технология распределенного реестра простыми словами. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mining-cryptocurrency.ru/blockchain>.
3. Інформаційний бюлетень Дорожнього центру науково-технічної інформації і бібліотечно-бібліографічного обслуговування регіональної філії «Одеська залізниця» АТ «Укрзалізниця» від 1 (14) січня 2019 року http://odz.gov.ua/people/buletен_14_2019.pdf.
4. Блокчейн (blockchain, цепочкаблоков). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://alpari.com/ru/beginner/glossary/blockchain>.
5. Платформа Chain TML. Платформа для транспортных и логистических компаний. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://chaintlm.com/ru/project_ChainTLM.pdf.

СЕКЦІЯ 8 МЕНЕДЖМЕНТ

БАЦЕНКО Л.М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Сумського національного аграрного університету

СУЧАСНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ МОТИВАЦІЄЮ - САМОМОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКІВ

Зміна чинників впливу на систему мотивації фактично призводить до демотивації, чому сприяє розвиток продуктивних сил українського суспільства, погіршення структури виробництва, статеві-вікового стану населення, соціально-побутової інфраструктури, фізичного й психологічного здоров'я, освітнього рівня. Негативно змінюються соціально-психологічні особливості – життєво-цільові установки, комунікабельність, здатність до адаптації в корупційних умовах господарювання, ступінь лояльності до існуючого політичного ладу, рівень самодисципліни, особливо в кризових умовах, здатність до засвоєння нових знань, техніки та технології, ділова активність тощо.

Серед мотивів трудової діяльності починають переважати короткострокові цілі та ціннісні орієнтації. Люди прагнуть отримати блага зараз, негайно, пріоритетними стають особистий егоїзм. Необхідно спрямувати зусилля на усталення системи трудової мотивації, яке визначається соціальним самопочуттям людини, її добробутом, відчуттям справедливості, тобто суб'єктивною оцінкою індивідом успішності свого буття. На жаль, більшість опитаних українців (понад 80 %) щороку вважають себе бідними, відчувають соціальний дискомфорт.

З іншого боку у сучасному світі постійно з'являються нові методики управління персоналом. Їх головна відмінність від застарілих «класичних» – це формування процесів підприємств під психофізіологію людини, а не навпаки. Саме тоді з'являється самомотивація, яка робить діяльність працівника більш ефективною.

Самомотивація - це вміння тривалий час обходитися без зовнішніх стимулів і контролю, в тому числі в складних і відповідальних ситуаціях. Подібними навичками частіше володіють люди, яких спонукає до роботи прагнення максимально розкрити свої таланти і здібності. Здатність до самомотивації - дуже цінна якість. Воно має на увазі, що людині подобається його робота, а гроші та інші матеріальні бонуси вторинні. Коли ми говоримо про самомотивацію, головне пам'ятати, що це мотивація, яку нам доведеться створити собі самим.

З точки зору успішного менеджменту, керівнику необхідно знати і розуміти, хто з його співробітників має здібності до самомотивації. По-перше, це допоможе йому в подальшому сформувати ефективну команду. По-друге - знати кандидатів на висунення та створити кадровий резерв. У цій справі велику допомогу надають "сигнальні маячки" в повсякденній поведінці співробітника. Їх можна умовно назвати індикаторами самомотивації:

1. Вирішення проблем. Здатність до самомотивації проявляють ті, хто в словосполученні "рішення проблем" ключовим вважає слово "рішення". Схильність людини до самостійного, активного і відповідального рішення проблем - одне з найважливіших якостей конкурентоспроможної особистості, яке дозволяє нам надавати високу ступінь довіри співробітнику, мотивує його самого додатково завдяки значній мірі самостійності при досягненні результату

2. Внутрішні установки людини.

3. Готовність брати на себе відповідальність. Для більшості співробітників це теж потенційна зона розвитку. Нерідко джерело проблем - в надмірно суворому керівника, який відмовляється делегувати повноваження і не спонукає підлеглих до самомотивації.

4. Поведінка в конфлікті. Людина з навичками самомотивації не займається пошуками винних і не витрачає час на звинувачення себе, але ретельно аналізує ситуацію і вирішує, що необхідно зробити для її зміни.

5. Оригінальне мислення, вміння відходити від стереотипів. Дуже важливим моментом в формуванні досвіду вирішення складних ситуацій і, як наслідок, підвищення рівня самостійності і відповідальності конкурентоспроможної особистості є відхід від стереотипів. Стереотипів в нашому житті дуже багато, вони заважають нам постійно: приймати правильні рішення, бачити в людях головне, швидко реагувати на зміни, бути проактивними, тобто вміти спрогнозувати, побачити

ситуацію заздалегідь. Одне з дуже важливих правил, яким варто слідувати, - це те, що будь-яка ситуація може бути викликана багатьма різними причинами, так само як і вести до великої кількості різних наслідків. Більшість завдань в бізнесі мають кілька різних варіантів рішення, і слід завжди пам'ятати, висловлюючи якусь гіпотезу або припущення, що це всього лише один з варіантів. Потрібно завжди намагатися побачити як якомога більше варіантів і відмовлятися від стереотипів, що склалися як по відношенню до людей, так і по відношенню до ситуацій в діяльності підприємств.

Підсумовуючи зазначимо, що одним з чинників успішності конкурентоспроможної особистості і її довгострокової мотивованості і настрою на тривалу роботу є вміння самостійно аналізувати свою карту мотиваторів і ставлення до конкретних дій або видів робіт. Коли в колективі є хоча б кілька ключових фахівців, які не просто лояльні, але і здатні до самомотивації, підприємство отримує додаткову конкурентну перевагу.

Література:

1. Баценко Л.М., Шляхи підвищення управління персоналом на підприємстві//Л.М. Баценко, О.В.Гончаренко //Модернізація економіки: сучасні реалії, прогностичні сценарії та перспективи розвитку: матеріали міжнар. наук.-пр. конф., м. Херсон, 25-26 квітня 2019 р. – Херсон: Видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2019. – С.392-394

2. Баценко Л. М. Впровадження системи мотивації як фактор формування якісного професійного штату //Л.М.Баценко, А.А.Андрієнко// Децентралізація влади, проведення реформ в Україні. Сучасний стан та проблеми підготовки кадрів для об'єднаних територіальних громад: матеріали II Міжнародної науково-методичної конференції 13-14 грудня 2018 р. Рівне : НУВГП, 2018. –С.25-27 ISBN 978-966-327-408-9

БОРДЮГ К.,

аспірант Університету імені Альфреда Нобеля, Дніпро

ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ЛІДЕРСТВА У МЕНЕДЖМЕНТІ ЗАКЛАДАМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Значення лідерів в управлінні практичними установами охорони здоров'я завжди і всюди було й залишається виключно високим. Воно ще більше зростає в умовах перехідного періоду, що ми наразі переживаємо, коли втрачається визначеність, змінюється система звичних відносин, схем управління і фінансування. У цих умовах від лідера і його якостей повністю залежить виживання та перспективи розвитку багатьох колективів. Лідерство, як процес, передбачає вплив лідера на інших людей. Цей вплив реалізується трьома способами. Перший – це розумовий вплив на мислення інших людей. Крім того, об'єктом впливу лідера можуть стати почуття й переконання інших людей. Людині часто легше усвідомити та прийняти якісь нові ідеї й думки, ніж змінити свої погляди і почуття. І, нарешті, третій спосіб – це поведінковий вплив, коли лідерство ставить собі за мету зміну поведінки, тобто способу дії.

Образ поведінки лідера визначається двома головними показниками: ступенем директивності в керівництві та підтримкою, яку лідер надає підлеглим. Лідер при цьому повинен виступати у ролі коуча (тренера-наставника). У підлеглих може бути бажання виконати завдання, але при цьому можуть бути відсутні необхідні навички й вміння. В такому випадку лідер, що є носієм цього стилю, продовжує здійснювати керівництво та надає необхідну наставницьку допомогу співробітникам, які прагнуть підвищити свою кваліфікацію. Цей стиль лідерства є переважаючим в сучасному світі й дуже пасує системі охорони здоров'я.

Головними якостями лідера можна вважати бачення перспектив, вміння згуртувати колектив і повести його за собою, служити надійним захистом для колективу – від лікаря, завідувача відділенням до головного лікаря. Тільки з урахуванням перерахованих якостей і накопичення досвіду професіонал має всі підстави стати ефективним лідером.

В сучасних умовах найбільшу актуальність в сфері управління системи охорони здоров'я набуває управління змінами, що зумовлені медичною реформою. Зміна лідерів в будь-якій сфері діяльності, охороні здоров'я у цьому не є виключенням, є болючим процесом. Фокусує увагу на майбутньому, лідери повинні вміти справлятися з неминучими проблемами, що стоять на шляху розвитку організації. При цьому розробка та впровадження бачення майбутнього може порушити рівновагу, що склалася в організації, вивільнивши як сили підтримки, так й сили опору.

Справжній лідер повинен володіти відповідними знаннями, навичками, вміннями і якостями з тим, щоб в нинішній складний перехідний період не розвалити систему охорону здоров'я, а, навпаки, знайти на кожному рівні управління такі варіанти дій, які здатні запобігти і навіть поліпшити її якість.

БУТЕНКО Н.Ю.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
Київського національного економічного університету

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИМ ЗНАННЯМ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Сучасний етап розвитку суспільства та економіки характеризується процесами глобалізації, зміною механізмів конкуренції, прискоренням процесів появи на ринку нових товарів і послуг, збільшенням обсягів інформації, необхідної для прийняття рішень, впровадження інформаційних технологій. Матеріальне виробництво стає вторинним відносно виробництва інформації й знань. За оцінками фахівців, у середньому практично 80% ринкової вартості компаній забезпечують нематеріальні активи та корпоративні знання, а 95% біржової вартості високотехнологічних організацій припадає на нематеріальні активи.

Саме знання стають основним ресурсом й основним джерелом конкурентних переваг особистостей й забезпечення сталого розвитку організацій. Девіз нового інформаційного століття - інтелектуальна конкурентоздатність. В системі управління організацією на провідну позицію виступає, відповідно, управління знаннями, формуючи якісно нову інноваційну інфраструктуру.

Управління знаннями - це абсолютно необхідний фактор успіху бізнес-організацій, що діють в інноваційній економіці. У Європі середній відсоток валового доходу, витраченого на це управління, становить 5,5 %, що більше, ніж частка валового доходу, витраченого на НДДКР.

По-суті, управління знаннями - це стратегія, що трансформує всі види інтелектуальних активів у більш високу продуктивність й ефективність, у нову вартість, підвищену конкурентоспроможність та забезпечує можливість сталого розвитку бізнес-організацій. Управління знаннями - це комбінація окремих аспектів управління персоналом, інноваційного й комунікаційного менеджменту, а також використання нових інформаційних технологій в управлінні організаціями.

Специфіка знань як об'єкта управління обумовлює безліч проблем, з якими зіштовхується організація, навіть за умов цілеспрямованої управлінської діяльності. Кожен крок управління знаннями в бізнес-організації містить у собі безліч технологічних підходів, пов'язаних з неоднорідністю знань, а також з особливостями носіїв, споживачів і користувачів знань - конкретних працівників. Така множинна система змінних у кожній організації й у кожен проміжок часу обумовлює необхідність створення мобільної системи управління знаннями. Система управління знаннями в бізнес-організації має бути пов'язана безпосередньо із загальною системою менеджменту (як стратегічного, так й оперативного), з формуванням і розвитком організаційної культури й з іншими системами організації.

Сучасний стан в галузі управління знаннями можна охарактеризувати, з одного боку, підвищеним інтересом бізнесу й, з іншого боку, відсутністю розробленої й перевіреної практикою цілісної системи, розмаїттю пропонованих підходів, методів, технологій управління знаннями.

Як свідчать проведені дослідження, вітчизняні корпорації досить свідомо використовують знання як нематеріальний ресурс організації, але розуміють цю діяльність досить фрагментарно. Так, до основних складових системи використання організаційного знання найчастіше відносять знання та досвід працівників; систему підвищення їх кваліфікації; обмін інформацією в організації і розвиток інформаційних мереж; кадрове просування; розробку та використання наукових проектів.

Процес управління знаннями в корпораціях, які свідомо працюють у цьому напрямку, складається з наступних елементів:

- створення навчального середовища;
- навчання правильному використанню інформації;
- навчання роботі із системою управління знаннями корпорації;
- навчання принципам роботи організації;
- навчання спільному використанню знань;
- навчання в клієнтів.

В той же час поза увагою залишаються важливі аспекти діяльності, такі, як: формування відповідної організаційної культури, вдосконалення комунікаційних мереж організації та

використання комунікаційного менеджменту, мотивація персоналу до обміну знаннями, свідоме виявлення та використання прихованого індивідуального знання в організації та багато іншого.

Проблеми впровадження управління знаннями в сучасних в українських бізнес-організаціях мають наступне підґрунтя:

- непорозуміння між керівниками організації щодо використання системи управління знаннями;
- відсутність відповідної для організації технології управління знаннями;
- недостатнє фінансування програм;
- відсутність відповідних стимулів;
- несприятлива для спільного використання знань культура організацій;
- недостатні навички в технологіях управління знаннями;
- нестача часу на впровадження управління знаннями;
- нерозуміння концепції управління знаннями.

Підсумуємо, що управління знаннями - це не автономна, не самостійна активність окремої людини чи певного підрозділу, а невід'ємна частина всього менеджменту будь-якої організації. Таке управління - це модель, що поєднує дії, пов'язані з діяльністю усіх систем та підрозділів в організації. В той же час, менеджмент знань призводить до змін в мисленні багатьох менеджерів, до відходу від багатьох застарілих, ортодоксальних підходів.

ВАКУЛЕНКО Є.,

студентка факультету економіки і менеджменту,
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент С.М. Макаренко

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Удосконалення процесів мотивації праці персоналу є одним з найважливіших елементів забезпечення ефективного функціонування та розвитку суб'єктів господарювання усіх форм власності. Відсутність обґрунтованої системи оцінювання ділової активності й належних засобів мотивації на кожному етапі кар'єри може призвести до втрати стимулів підлеглими працівниками до перманентного самовдосконалення й якісного та своєчасного виконання покладених на них функціональних обов'язків [1].

Результати проведених авторами досліджень [3] свідчать, що кожен керівник підприємства, який прагне забезпечити ефективне та рентабельне функціонування не лише в короткостроковій, а й в довгостроковій перспективі, повинен постійно впроваджувати заходи пов'язані як із максимізацією прибутковості, так і з оновленням здобутих знань і підвищенням професійної компетентності підлеглих працівників. Формування оптимальної стратегії підтримки та розвитку індивідуальних здібностей особистості у симбіозі із використанням обґрунтованої мотиваційної стратегії є найважливішими складовими подальшого ефективного функціонування суб'єктів господарювання всіх форм власності та національної економіки взагалі.

Система мотивації персоналу на ПАТ «Південна винокурня» (м. Олешки, Херсонська область) має ряд суттєвих недоліків, що знижує трудову активність, продуктивність праці та якість роботи працівників, перешкоджає досягненню максимальних кінцевих результатів діяльності підприємства. Проведений аналіз фонду оплати праці працівників підприємства свідчить, що система матеріальної мотивації на ПАТ «Південна винокурня» не відповідає стратегії та етапу життєвого циклу підприємства, в наявності неефективна система преміювання, нераціональна структура фонду оплати праці тощо.

Для того, щоб система мотивації була ефективною, вона повинна відповідати стратегії підприємства та стратегії управління персоналом, цілям підприємства. На сьогодні керівництво ПАТ «Південна винокурня» дотримується стратегії росту, яка передбачає нарощування конкурентних переваг за рахунок виходу на нові ринки збуту готової продукції, диверсифікації, постійних нововведень.

При стратегії росту стратегія управління персоналом орієнтована на формування системи мотивації, справедливу винагороду, формування сприятливого психологічного клімату, підвищення кваліфікації та компетентності персоналу, сприяння кар'єрному росту працівників [2].

Для зростання рівня продуктивності праці та покращення основних фінансових показників діяльності досліджуваного підприємства пропонуємо розглянути можливість використання системи Раккера для встановлення належного взаємозв'язку між результатами виробничої діяльності та заробітною платою. Система Раккера не передбачає індивідуальних винагород та використання формалізованої системи подання раціоналізаторських пропозицій. Система Раккера заснована на преміюванні співробітників у результаті зростання обсягу умовних платежів в розрахунку на одну гривню заробітної плати. Система Раккера передбачає встановлення «норми Раккера» - частки заробітної плати в обсязі умовно чистої продукції.

Проведені розрахунки свідчать, що, використовуючи обґрунтовану норму Раккера на рівні щонайменше 15%, фонд оплати праці працівників ПАТ «Південна винокурня» міг би зрости щонайменше на 4,88%. Зазначене сприяло би встановленню прозорої системи оплати праці та популяризації трудової діяльності на ПАТ «Південна винокурня».

Враховуючи, що норма Раккера на підприємствах промисловості США знаходиться у проміжку від 45% до 55%, її зростання на ПАТ «Південна винокурня» в подальшому на 1 відсотковий пункт дозволило би збільшити фонд оплати праці в середньому на 4,3%. Зазначене сприяло би підвищенню рівня зацікавленості співробітників у виробництві конкурентоспроможної продукції високої якості, що користується попитом у потенційної групи споживачів на відповідному ринку, з одночасною оптимізацією матеріальних витрат на виробництво. Використання норми Раккера надасть можливість раціонально розподіляти робочий час. Кожен працівник підприємства буде ефективно відпрацьовувати свою норму і матиме впевненість в об'єктивності нарахування премії. Завдяки цьому у працівників не будуть виникати питання щодо повноцінного отримання своїх коштів, що також надасть впевненості в бухгалтерських справах. Використання наданих рекомендацій дозволить зменшити рівень суб'єктивізму при нарахуванні заробітної плати, та дозволить підвищити рівень довіри з боку працівників до топ-менеджерів підприємства.

Література:

1. Макаренко С. М. Удосконалення процесів мотивації працівників до професійного розвитку в закладах вищої освіти / С. М. Макаренко, Т. С. Казакова, О. Д. Прокопчук // Науковий журнал "Економічний вісник Національного гірничого університету". Випуск 1 (61). 2018. С. 144–153.
2. Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах: монографія / В. Т. Лозовецька. - Київ: 2015. - 279 с.
3. Makarenko S. M. Individualization of processes for preparation and development of workers / Makarenko S. M., Karlina Y. O., Kazakova T. S. // Економічний вісник університету: збірник наукових праць учених та аспірантів - ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди. Випуск № 37/1. - 2018. - С. 117-125.

Вольський Я.І.,

студент 2 курсу магістратури економічного факультету
Подільського державного аграрно-технічного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Т.В. Гоголь

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Аграрний сектор має історичний шанс реалізувати свої порівняльні і конкурентні переваги, ставши каталізатором подолання кризових явищ і динамічного зміцнення економіки держави в цілому. Доведено, що приріст ВВП, досягнутий за рахунок галузі сільського господарства, ефективніше сприяє усуненню бідності населення порівняно з іншими галузями національної економіки. Крім того, у світі продовольство рік у рік стає все більш важливим стратегічним ресурсом і зрівнюється з енергоносіями.

Уся історія розвитку сільських поселень нерозривно пов'язана з особливостями розвитку сільськогосподарської та пов'язаної з ним діяльності як основного способу прикладення праці й джерела забезпечення життєдіяльності в сільській місцевості. Специфіка сільських територій значною мірою визначається їх природними особливостями. Коли вживається словосполучення “сільські території”, мається на увазі те, що вони становлять близько 80% від загальної території країни, на якій розміщено 28,4 тис. населених пунктів і проживає 31,1% населення країни. На 1 січня 2017 р. населення України становило 42,4 млн осіб, у тому числі сільське населення – 13,2 млн, з яких сільське населення у віці 16-59 років складає 7792,1 тис. осіб (59,2%), з них у сільському господарстві зайнято майже 2866,5 тис. громадян. Частка аграрного сектору у валовій доданій вартості (ВДВ) країни становить

більше від 13,7 %, що перевищує частку будівельної галузі в 5,5 рази, випереджаючими темпами досягається рівня промисловості, втім цей показник лише в 1,8 рази менше ВДВ, що формується в промисловості [1].

Принципово важливу роль у досягненні інтегральності економічного та соціального середовища України, суттєвого підвищення рівня капіталізації національної економіки має відігравати прискорення економічних перетворень у сільськогосподарському секторі. Значущість сільгоспвиробництва як структурного пріоритету визначається не лише значним природно-ресурсним та трудовим потенціалом і соціальною вагою цього сектору в Україні, а й можливостями скористатися позитивними довгостроковими трендами збільшення попиту на сільгосппродукцію на світовому ринку. Водночас сільськогосподарський сектор може розглядатися як потенційно місткий і значною мірою незадоволений ринок споживчої та інвестиційної продукції.

В результаті проведеного аналізу економічних трансформацій в аграрному секторі, представленого у статистичних збірниках [3;4], виявлено, що в період з 2010 р. по 2017 р. темпи нарощування обсягів валової продукції сільського господарства високі. В той же час, у структурі розподілу виробництва валової продукції за формами господарювання не спостерігається значних змін. Дана проблема особливо актуальна, оскільки основну масу сільськогосподарської продукції виробляють у численних низькотоварних особистих селянських, фермерських господарствах, сільськогосподарських підприємствах, які самостійно не в змозі формувати достатньо великі партії сільськогосподарської продукції для продажу.

Питання наукового обґрунтування шляхів розв'язання проблеми формування та розвитку великотоварного конкурентоспроможного агропромислового виробництва й ефективного регулювання агропродовольчого ринку в Україні розглядаються багатьма дослідниками, особливо вони активізувалися останнім часом. Діяльність об'єднань корпоративного типу поряд зі значним підвищенням конкурентоспроможного агропромислового виробництва, мають ряд переваг великотоварного виробництва: розвинута спеціалізація; активне залучення інвестицій для технічного переоснащення; впровадження інноваційних технологій; виробництво продуктів харчування високої якості; можливості виходу на зовнішні ринки без посередників. Проте дослідження ННЦ "Інститут аграрної економіки" свідчать [2], що діяльність корпоративних агропромислових об'єднань призводить також до загострення соціальних проблем на селі: недостатньої участі у розвитку сільських громад і територій; зростання рівня безробіття через вивільнення зайвих працівників; часто нераціональне використання землі через порушення сівозмін; встановлення занижених внутрішньокорпоративних закупівельних цін, недонадходження податкових платежів у місцеві бюджети тощо, що в кінцевому підсумку стало ще одним джерелом вимивання коштів із сільських територій.

Продовження використання витратної економічної моделі, відсутність стимулів до інноваційних процесів і динамічного розвитку нових технологічних укладів обумовлюють неконкурентоспроможність української економіки, унеможливають кардинальне підвищення рівня та якості життя населення, провокують посилення соціальної напруги.

Література:

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Кропивко М.Ф. Розвиток самоврядних господарських об'єднань в агропродовольчій сфері / М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. - 2009. - № 9. - С. 21-26.
3. Сільське господарство України за 2013 рік: стат.збірник / За ред. Н.С.Власенко. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – С.44.
4. Сільське господарство України за 2017 рік: стат.збірник / відпов. за випуск О. М. Прокопенко. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – С.4.

к.е.н., старший викладач кафедри економіки та бізнес-адміністрування
Сумського державного університету

ІНВЕСТИВАННЯ КОШТІВ В ПЕРСОНАЛ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Інвестиції відіграють важливу роль в діяльності кожного підприємства і впливають на розвиток економіки держави. Інвестиційна активність, застосування інновацій багато в чому сьогодні визначають успішність діяльності того чи іншого підприємства.

Для підвищення ефективності діяльності багатьох підприємств в даний час необхідно впровадження інновацій, які в основному полягають у виборі нового продукту замість збиткового, способу фінансування інвестиційного проекту з освоєння випуску і продажів нового продукту або впровадження нового технологічного процесу.

Впровадження нової техніки, технології, виробництво сучасних товарів, зростання комунікаційних можливостей створюють умови для ліквідації або зміни деяких видів робіт. У зв'язку з цим, необхідна кваліфікація працівників не може бути гарантована базовою освітою. Якісне навчання персоналу дозволяє роботодавцю отримати більшу віддачу у формі зростання продуктивності, досвіду, підвищення рівня відданості підприємству та загального вкладу в бізнес з боку співробітників.

Можна виділити два основних способи інвестування в персонал: підвищення кваліфікації та нематеріальне стимулювання. Інвестиції такого типу дозволяють збільшити прибуток і вартість бізнесу. З огляду на суми бюджету на інвестиції в людські ресурси, підприємства повинні ефективно використовувати виділені кошти. Надання ліцензій, сертифікатів, проведення регулярних занять для розвитку професійних навичок стають вкрай важливим елементом для підтримки конкурентоспроможності як кожного працівника так і підприємства в цілому.

Згідно з офіційними даними на навчання одного співробітника підприємства в середньому витрачають \$ 298 щорічно. За статистикою, більшу частину коштів у навчання персоналу вкладають підприємства, що займаються фінансами, страхуванням, нерухомістю, високими технологіями і транспортними послугами, і, як правило, меншу в області виробництва, охорони здоров'я, агрокультури, будівництва та освоєння родовищ. При цьому, в підприємствах з офіційно закріпленою стратегією управління персоналом виручка в розрахунку на одного співробітника майже в три рази вище, а віддача від інвестицій в персонал на 70 відсотків більше, ніж на підприємствах, що мають стратегію, яка не позначена в будь-якому документі.

Люди, які вкладають гроші в розвиток, ніколи не втрачають, а тільки набувають капітал.

Дослідження показують, що на підприємстві можливе збільшення ефективності праці, якщо на освоєння нових видів робіт в умовах впровадження нової техніки і технології у працівників з вищим освітнім рівнем йде менша кількість часу і воно зменшується в 2-2,5 рази. Суть полягає в тому, що персонал за рахунок своєї високої освітньої і професійної підготовки отримує можливість заглядати вперед і розширювати свої професійні погляди в процесі здійснення виробничої діяльності.

У висновку слід зазначити, що впровадження інновацій, грамотне управління персоналом і своєчасне направлення інвестицій в достатньому обсязі на навчання співробітників сприятиме підвищенню економічних показників діяльності підприємства і зростання його конкурентоспроможності.

Література:

1. Галенин Р.В. *Професійний розвиток персоналу як фактор підвищення ефективності праці*/ Л.М.Баценко, Р.В.Галенин// «Розвиток національних фінансово-економічних систем в умовах глобалізації: Збірник матеріалів Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. пам'яті професора М.Г. Михайлова (22 листопада 2018 р.; м. Суми) / Відпов. за вип. О. Пасько. Суми: СНАУ, 2018. – С.45-47

2. Баценко Л.М. *Зарубіжний досвід професійної підготовки кадрів в умовах децентралізації*/Л.М.Баценко, Г.В.Лісовенко// *Децентралізація влади, проведення реформ в Україні. Сучасний стан та проблеми підготовки кадрів для об'єднаних територіальних громад : матеріали II Міжнародної науково-методичної конференції 13-14 грудня 2018 р. Рівне : НУВГП, 2018. –С.27-29 ISBN 978-966-327-408-9*

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ АУТСОРСИНГУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Сучасні економічні реалії свідчать про загострення конкуренції на світовому рівні, посилення впливу глобальних викликів на діяльність економічних суб'єктів. У таких умовах виникає необхідність пошуку шляхів оптимізації діяльності учасників міжнародних відносин та зосередження на нових формах організації бізнесу, котрі ґрунтуються на сучасних механізмах та технологіях. Учасники міжнародних відносин, які використовують механізми, котрі не відповідають вимогам часу, втрачають можливість конкурувати в бізнес-середовищі.

На нашу думку, ефективною формою організації діяльності на міжнародному ринку є аутсорсинг, який на сучасному етапі визначає тенденції розвитку міжнародної економіки. Підтвердженням цього є зростання масштабів міжнародної торгівлі на основі аутсорсингу, котрий є стратегічною формою діяльності та дозволяє забезпечити стабільний експорт товарів та послуг.

Поняття «аутсорсинг» поєднує у собі декілька слів «outside resource using», що означає використання зовнішніх ресурсів. З точки зору теорії, аутсорсинг являє собою алгоритм прийняття рішень щодо передачі деяких функцій зовнішній організації та концентрація уваги на основному виді діяльності [1].

На сучасному етапі поглиблення міжнародних зв'язків та розвитку світової економіки аутсорсинг поступово розповсюджується, змінюючи спосіб ведення бізнесу на ринку, як на локальному так і глобальному рівнях. Використання послуг зовнішніх підрядників – фахівців в тій чи іншій галузі, допомагає одночасно підвищити конкурентоспроможність своєї компанії, а також отримати доступ до необхідних професійних ресурсів за певного зниження власних витрат для вирішення поставлених завдань. Підкреслимо, що ідея передачі окремих функцій «третьій стороні» не є новою. Але саме в умовах посилення глобальних викликів така організація діяльності суб'єкта господарювання створює нові перспективи для управління.

Як зазначалося нами вище, аутсорсинг має стратегічний характер і спрямований на кардинальне перетворення організаційної системи управління бізнесом на основі реалізації таких кроків:

- глибокий та ґрунтовний аналіз функціонування суб'єкта господарювання;
- розрахунки показників діяльності для визначення необхідності та можливості запровадження аутсорсингу;
- реалізація нової форми організації бізнес-діяльності.

Стратегічний характер аутсорсингу сприяє розширенню масштабів суб'єкта господарювання за рахунок залучення зовнішніх учасників із незначним збільшенням змінних витрат.

Значною перевагою аутсорсингу є можливість швидкого пошуку професіоналів у певному напрямі без потреби додаткових витрат на їх навчання або підвищення кваліфікації [2]. Крім того завдяки розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій є можливість залучати найбільш якісні ресурси, незалежно від місця їх розташування. Підкреслимо, що чинник вартості відіграє важливу роль у прийнятті рішень учасниками міжнародних економічних відносин.

Незважаючи на значну кількість переваг, аутсорсингу притаманні певні недоліки, які можуть обмежувати масштаби використання цієї форми організації у міжнародному бізнес-середовищі. Серед них необхідно виокремити такі:

- неготовність суб'єкта господарювання передати окремі бізнес-процеси «третьій стороні», тобто низький рівень довіри для побудови відкритих відносин на міжнародному рівні;
- ризик залежності від зовнішніх учасників;
- ймовірність витоку важливої інформації за межі діяльності суб'єкта господарювання.

На основі проведеного аналізу переваг аутсорсингу можна підсумувати, що ця форма організації бізнесу дозволяє учасникам міжнародних відносин виявити унікальну інформацію та знання, якими не володіють інші, та використовувати їх для отримання конкурентних переваг та певної вигоди. Такою інформацією є розуміння особливостей поведінки потенційного клієнта та потреб ринку, його культурних особливостей, ділового спілкування та мови, нових технологій та інше. Варто підкреслити,

що аутсорсинг є перспективною формою діяльності, яка поступово набуває поширення на всіх рівнях функціонування економіки, оскільки дозволяє сконцентруватися на тих видах діяльності, які є конкурентними та для їх виконання наявні знання та досвід, знизити рівень витрат та підвищити якість надання послуг, а також сприяє використанню сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Отже, на сучасному етапі форма організації бізнесу повинна відповідати викликам сьогодення і сприяти отриманню найкращих результатів у конкурентному середовищі, а також у повній мірі задовольняти потреби споживача. При цьому необхідно враховувати особливості бізнес-середовища, кон'юнктуру ринку та культурні особливості.

Література:

1. Heywood. J. *The outsourcing dilemma: The search for competitiveness* / J. Heywood. – 2004. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bookre.org/reader?file=1024001&pg=3>.

2. Ашмянская И. *Аутсорсинг как новый способ производства в глобальной экономике* / И. Ашмянская [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mirec.ru/2008-02/outsorsing-kak-novyy-sposob-proizvodstva-v-mirovoj-ekonomike>.

Гуль І.Г.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та менеджменту
Львівського державного університету фізичної культури ім. І. Боберського,

ЗАВИДІВСЬКА О.І.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту
Львівського державного університету фізичної культури ім. І. Боберського,

СУХАН М.В.,

магістрант кафедри економіки та менеджменту
Львівського державного університету фізичної культури ім. І. Боберського,

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СПОРТИВНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УМОВАХ РИНКУ

В контексті євроінтеграційних змін, що відбуваються в Україні і які супроводжуються децентралізацією владних повноважень та реформуванням всіх галузей національної економіки, спостерігається значне зростання інтересу й до удосконалення організаційно-економічних підходів управління в сфері фізичної культури і спорту як на загальнодержавному так і регіональному, місцевому та локальному рівнях. У зв'язку із цим набуває актуальності дослідження в рамках застосування ефективних організаційно-економічних підходів до управління спортивними організаціями різного рівня та визначення їх результативності.

Метою дослідження є визначення основних підходів та принципів для формування ефективної системи управління спортивною діяльністю в ринкових умовах господарювання в Україні.

В науковій літературі висвітлюються численні аспекти щодо розвитку та управління фізичною культурою і спортом в умовах ринку. Проте їхнє спрямування, в більшості випадків, передбачає удосконалення організаційно-правового забезпечення та державних механізмів управління розвитком сфери фізичної культури і спорту [1, 2]. На даний час, не менш важливою, є проблема управління спортивною діяльністю на мікрорівні, а саме аналітичне бачення цієї діяльності та формування і побудова бізнес процесів.

На наш погляд, систему управління спортивною діяльністю необхідно розглядати з позиції макро- та мікроекономічної діяльності суб'єктів управління. В залежності від переліку функцій, які покладаються на систему управління спортивною діяльністю та здійснення управлінських дій на різних рівнях пропонуємо розділяти функції, які повинні завжди виконуватися державними органами управління та функції, які виконуються суб'єктами підприємницької діяльності різних форм власності.

Такий підхід зумовлює поділ функцій управління в сфері фізичної культури і спорту на функції управління спортом та функції управління спортивними організаціями. Під поняттям управління спортом будемо розуміти сукупність управлінських дій державними органами влади, які не виконують господарських функцій і спрямовані на визначення цілей, формування принципів та інструментів

державної політики в сфері фізичної культури і спорту, а також впровадження цієї політики всіма суб'єктами управління. Під управлінням спортивними організаціями розуміємо сукупність управлінських дій суб'єктами сфери фізичної культури і спорту, які ведуть виробничо-господарську, комерційну чи фінансову діяльність з метою отримання прибутку.

Сам процес управління у теорії сучасного менеджменту розглядається в контексті сукупності функцій, які виконуються суб'єктом управління. Існують різні підходи до класифікації цих функцій, однак найбільш поширеним і загальним є підхід при якому виділяють чотири основні функції процесу управління, зокрема планування, організацію, мотивацію і контроль. Така класифікація у найбільш загальному вигляді може застосовуватись до управління спортивними організаціями. Щодо функцій управління спортом то їх варто поділити на правовстановлюючі функції (нормативні та розпорядчі), функції підтримки, володіння і контролю.

Система управління спортивною діяльністю визначається сукупністю принципів управління. Оскільки до системи управління спортом та спортивними організаціями входять державні органи влади, суб'єкти господарювання, а також зважаючи на те, що спорт є важливим соціальним явищем, то при формуванні ефективної системи управління необхідно враховувати загальні принципи управління, принципи державного управління, принципи соціального управління та сучасні підходи щодо системи управління організацією. Таким чином необхідно розмежовувати принципи управління спортом та принципи управління спортивними організаціями.

До принципів управління спортом можна віднести: принцип верховенства права, принцип участі громадян та їх об'єднань в управлінні, принцип прозорості та відкритості державних органів управління; принцип соціалізації місії та цілей організації; принцип розмежування функцій управління спортом та спортивними організаціями; принцип постійного вдосконалення системи управління; принцип стабільності; принцип ієрархічної структури управління тощо. До принципів управління спортивною організацією відносять: принцип прибутковості; принцип самозабезпечення спорту на базі взаємодії держави і бізнесу; принцип ув'язки інтересів виробників фізкультурно-оздоровчих і спортивних послуг з загальнодержавними інтересами; принцип управління на засадах соціального менеджменту; принцип використання процесного підходу в управлінні організацією тощо.

На даний час критерії ефективності будь-якої діяльності визначаються рівнем управлінської діяльності і її якістю. При цьому необхідно дослідити специфічні підходи до сучасної системи управління з врахуванням ринкових умов господарювання не лише на загальнодержавному, а й локальному рівні.

Література:

1. Гасюк І.Л. *Механізми державного управління фізичною культурою та спортом в Україні: автореф. дис. ... д.держ.упр.: спец. 25.00.02 «Механізми державного управління» / І.Л. Гасюк. – К., 2013. – 42 с.*
2. Журба М.А. *Публічне управління у галузі фізичної культури і спорту: автореф. дис. ... к.ю.н.: спец. 12.00.07 «Адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право» / М.А. Журба. – Одеса, 2017. – 24 с.*

ГУСАКОВСЬКА Т.О.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

РЕПАЛО В.В.,

магістрант
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

МЕНДЕЛЬ А.В.,

магістрант
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Людина є не тільки найбільш важливим елементом виробничого процесу на підприємстві, а і головним стратегічним ресурсом в конкурентній боротьбі. Тому в управлінні організацією далеко не останнє місце займає людський чинник, психологічні особливості колективу, особисті потреби й інтереси окремих його членів. Мистецтво управління полягає в тому, щоб знайти такі підходи і методи,

які забезпечили б бажаний перебіг подій на підприємстві і стимулювали його співробітників до продуктивнішої праці. У таких умовах управління людськими ресурсами є важливою складовою менеджменту, яка сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Зміни в економічному середовищі передбачають формування нових підходів в управлінні персоналом, оскільки більшість українських підприємств через брак висококваліфікованого персоналу та недостатньо гнучку і застарілу концепцію кадрової політики не встигає реагувати на швидкі зміни ситуації на ринку, на нові вимоги до мобільної переорієнтації власного кадрового потенціалу, впровадження сучасних технологій кадрової роботи. Ефективне управління персоналом є основним резервом зростання обсягів виробництва промислових підприємств [1].

Сучасне підприємство за багатьма аспектами відрізняється від підприємства минулого. При цьому слід зазначити, що найбільш суттєві зміни відбулися у другій половині ХХ сторіччя та продовжують накопичуватись до сьогодні. Це обумовлено, перш за все, стрімким розвитком інформаційних технологій, що дозволяють прискорити та формалізувати процеси, забезпечити якісний рівень обґрунтування управлінських рішень на основі ретельного аналізу великих масивів інформації. Такі зміни певним чином впливають на зміст управління персоналом, що в сучасних умовах полягає в зростанні продуктивності, виключній ролі спеціалістів сфери інформаційних технологій та математиків. Це в свою чергу впливає на прогнозування потреби в персоналі, ускладненні організаційних структур та їх швидкій зміні відповідно до викликів зовнішнього середовища, зростанні мобільності робочої сили та дефіциті не тільки кваліфікованих, але й талановитих та ініціативних працівників. Тобто це доводить, що відбувається ускладнення та поглиблення змісту менеджменту персоналу, який в свою чергу є відіграє значну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства [1].

Починаючи з 80-х років ХХ століття економіка характеризується трьома визначальними тенденціями, а саме такими: зростання впливу клієнтів на бізнес, підвищення конкуренції та наявність корінних змін [3]. Ці особливості та зміни у зовнішньому середовищі призводять до змін в способах, інструментах управління персоналом і навіть сприйманні персоналу як такого та необхідності опрацювання сучасних особливостей управління персоналом на мікрорівні.

Сьогоднішні реалії ведення бізнесу вимагають застосування інноваційних підходів у становленні соціально-трудових відносин, що базуються на концепції соціальної відповідальності та мотивації через розвиток. Зокрема, широкого розповсюдження сьогодні набуває концепція управління людським капіталом, відповідно до якої людина - це головний суб'єкт організації і особливий об'єкт управління, який не може розглядатися як ресурс, виходячи з його бажань і здібностей [2; 4]. В таких умовах змінюється вектор в управлінні персоналом: підприємства мають забезпечити насамперед якісне відтворення людського капіталу, створити сприятливі умови для його зростання, внаслідок чого відбудеться збільшення продуктивності та ефективності підприємства.

Література:

1. Космина Ю.М. *Управління поведінкою персоналу підприємства на засадах корпоративної культури*: дис. ...канд. екон. наук: 08.00.04 / Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2016. 200 с.
2. Осіпова А.Ю. *Механізм забезпечення ефективного управління персоналом підприємства*: дис. ...канд. екон. наук: 08.00.04 / Хмельницький національний університет. Хмельницький, 2015. 246 с.
3. Хаммер М., Чампі Дж. *Реінжиниринг корпорації. Манифест революції в бізнесі*. Москва, 2011. 288 с.
4. Шеридан Р. *Работа мечты. Как построить компанию, которую любят*. Москва, 2014. 304 с.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО УПРАВЛІНЦЯ – ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ТА ПІДПРИЄМСТВА

Динамічне існування сучасного світу, його постійна інтенсифікація, діджиталізація справляє динамічний вплив на функціонування всього підприємства в цілому та персоналу зокрема. На сьогоднішній день, обсяг завдань, які виконує сучасний менеджер є досить обширним та різноплановим. Отже, ефективний розподіл завдань персоналу, у часовому аспекті, а особливо адміністративно-управлінських кадрів, сприятиме ефективному функціонуванню всього підприємства. Виходячи з цього теоретично-методичні дослідження щодо ефективного розподілу завдань, їх планування та відповідного використання робочого часу є актуальним науковим завданням.

На сьогоднішній день, з огляду на більш ефективне використання робочого часу на основі раціонального розподілу виробничих завдань, виділяють такі підходи до визначення першочерговості справ:

1) принципу Паретто, який стверджує, що 20% витрат праці керівника направляються на важливі проблеми підприємства та дають 80% кінцевого результату, інші – не є важливими та дають тільки 20% ефекту;

2) метод АБВ-аналізу:

А) 15% всіх завдань вважаються найбільш важливими та якими займається виключно та особисто керівник. Важливість цих завдань оцінюються на рівні 65% - відповідно стільки ж часу на них повинно бути витрачено;

Б) 20% всіх завдань овіються як важливі та, відповідно, на які повинно бути витрачено 20% робочого часу. Якщо потрібно витратити на вирішення більше зазначеного часу – то вони можуть бути вирішені підлеглими за допомогою делегування повноважень;

В) 65% всіх завдань керівника вважаються несуттєвими та на які виділяються тільки 15% запланованого часу оскільки це відповідає відповідному рівню значущості (15%, відповідно). Майже всі незначущі справи даної категорії мають бути делеговані підлеглим;

3) матриці Ейзенхауера. Залежно від співвідношення рівня терміновості та важливості всі справи класифікуються за наступними ознаками: А) термінові й важливі завдання, які потребують негайного виконання особисто менеджером; Б) термінові, але менш важливі завдання, на які управлінцю не потрібно негайно переключатися, а необхідно максимально делегувати підлеглим; В) менш термінові, але важливі завдання, які менеджер тримати постійно під контролем та які необхідно делегувати у повному або частковому обсязі підлеглим; Г) менш термінові й менш важливі справи, які за поглядами автору цього підходу не має необхідності виконувати ні керівнику ні підлеглим.

Отже, використання зазначених підходів до визначення першочерговості справ сучасного керівника дозволить більш опосередковано підвищити рівень прибутковості підприємства через ефективну організацію його роботи, та вивільнити час на заходи щодо розвитку та мотивації як особистості [2-9].

Література:

1. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера. Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
2. Гуцан О. М. Планування роботи менеджера як фактор його розвитку та мотивації / О. М. Гуцан // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 19 жовтня 2017 р. – Полтава: ПУЕТ, 2017. [Електронний ресурс] – режим доступ <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33449>
3. Гуцан О. М. Народи – провідна форма діяльності сучасного менеджера / О. М. Гуцан // Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : наук. вид. : тези доп. 26-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2018, [16-18 травня 2018 р.] : у 4 ч. Ч. 3 / ред. С. І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. [Електронний ресурс] – режим доступ <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/42357>

4. Перерва П.Г. Оценка эластичности мотивационных мероприятий на промышленном предприятии / П. Г. Перерва, А. Н. Гуцан // *Економіка: реалії часу = Economics: time realities*. – 2013. – № 4 (9). – С. 37-48. [Електронний ресурс] – режим доступ <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/26706>

5. Перерва П. Г. Мотиваційний потенціал працівника як резерв розвитку підприємства / П. Г. Перерва, О. М. Гуцан // *Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент / відп. ред. З. В. Герасимчук. – Луцьк : ЛНТУ, 2014. – Вип. 11 (42). – С. 233-243. [Електронний ресурс] – режим доступ <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/26684>*

6. Гуцан О. М. Практичні аспекти застосування кількісно-якісного підходу до оцінки факторів мотивації персоналу / О. М. Гуцан // *Економіка: реалії часу = Economics: timerealities*. – 2016. – № 1 (23). – С. 49-60. [Електронний ресурс] – режим доступ <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/24976>

7. *Управління персоналом та економіка праці : навч. посібник / П. Г. Перерва [та ін.] ; ред. М. І. Погорелов [та ін.] ; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – 521 с. – На рос. мові. [Електронний ресурс] – режим доступ <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/26423>*

8. Pererva Petro. Evaluating elasticity of costs for employee motivation at the industrial enterprises. Petro Pererva, Oleksandr Hutsan, Valerii Kobieliiev, Andrii Kosenko, Volodymyr Kuchynskyi. *Problems and Perspectives in Management*. - Volume 16.- Issue №1.- 2018.- pp. 124-132.

9. Гуцан О.М. Дослідження сутності мотиваційних теорій: сучасні, теорії атрибуції та поля. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). Збірник наукових праць. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2017. - №24 (1246). – 160 с., С. 26 - 30*

ДРИМАЛОВСЬКА Х.В.,

к.е.н., асистент кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національного університету «Львівська політехніка»

ТОМАШЕВСЬКА А.Р.,

студентка 3 курсу Інституту економіки і менеджменту
Національного університету «Львівська політехніка»

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В КОМПАНІЯХ ЯПОНІЇ ТА США

Вагому роль в отриманні конкурентних переваг компаніями відіграє їх активний розвиток інноваційної діяльності. Це, у свою чергу, вимагає від керівництва пошуку оптимальних засобів, методів, форм управління. Тому актуальною тематикою дослідження постає інноваційний менеджмент.

Інноваційний менеджмент — це «сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових засобів, методів і форм управління інноваційною діяльністю конкретного об'єкта управління з метою одержання ефективних результатів цієї діяльності найоптимальнішим шляхом» [1].

Основна роль інноваційного менеджменту полягає, насамперед, у безперервному провадженні інноваційного процесу на основі налагодженої взаємодії його необхідних складових і систем. Крім того, передбачає вибір доцільного способу виробництва продукції з високим інноваційно-технологічним рівнем, що визначає її конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках [1].

В умовах світового господарства провідні позиції у виробництві майже 40% ВВП займають США та Японія. За економічними показниками їхні компанії лідирують. А все це завдяки інноваційному менеджменті. Так, японські промислові компанії досягли таких успіхів, керуючись основними чинниками інноваційного управління:

1) стимулювання розвитку винахідництва через збільшення обсягів інвестування наукової та науково-технічної діяльності;

2) ефективна комунікація працівників усіх рівнів управління через оптимальний стиль керівництва; своєрідна система менеджменту;

3) «кайдзен» — концентрування зусиль працівників організації на забезпечення якості продукції, зменшення витрат виробництва, збільшення продуктивності праці [2].

Головною відмінністю інноваційного менеджменту японських компаній від компаній США є те, що вони націлені не на якнайшвидший прибуток, а на забезпечення функціонування та зростання впродовж довготривалого періоду. Важливим є те, що в Японії значну увагу приділяють технологіям виробництва і значну частину коштів, власне, вкладають в їх покращення та підвищення своєї конкурентоспроможності. Що ж стосується американського інноваційного менеджменту, то він

полягає в передачі всіх питань щодо підвищення якості продукції відповідному адміністративному підрозділу, який власне займається питаннями якості та контролювання. Також американські компанії на перше місце ставлять прибутковість, японські ж навпаки – творчо підходять до технологічних процесів. У США орієнтація на результат, у Японії – на процес [2].

Як підсумок можна стверджувати, що інноваційний менеджмент у компаніях Японії та США має свої переваги та недоліки. Однак врахування вітчизняними компаніями позитивних властивостей японського та американського інноваційного менеджменту дозволить впровадити ефективні способи управління інноваційною діяльністю.

Література:

1. Конспект лекцій. Інноваційний менеджмент [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://nung.edu.ua/files/attachments/innov-upr-nmk.pdf>

2. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. – К: Центр учбової літератури, 2007. – 295с. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://dSPACE.tneu.edu.ua/bitstreamf>

ЗАДОЯ О.А.,

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та економічної теорії
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ МОДЕЛІ В КОНТЕКСТІ ІНКЛЮЗИВНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ВИБІР УКРАЇНИ

З моменту виділення економіки як самостійної науки, в силу різноманітності рівнів розвитку країн, різних відносин власності, політичних устроїв, форм правління, історично-культурної диференціації, нерівномірного забезпечення ресурсами та інших факторів, способи ведення національного господарювання стали піддаватися вивченню і виділятися в різні типи економічних моделей. Подальше розшарування суспільства і нездатність ринку до ефективної саморегуляції призвели до необхідності включення в економічні моделі соціальної складової при активному регуляторному втручанні держави. Активному вивченню соціально-економічних моделей свої дослідження вчені почали присвячувати з другої половини ХХ століття. Серед них можна виділити роботи таких авторів, як Г.Х. Оркутт, Дж. Сутенен, К. Куперан, Г.Ф. Маєрс, А.В. Базиліук, О.В. Жулин [1-4].

Сучасні економічні моделі можна умовно розділити на дві групи, які обумовлені характерними моделями організації господарства. Для першої з них властива адміністративно-командна система (Китай, Північна Корея та ін.). Друга - ринкова система (США, країни Західної Європи, Японія, Південна Корея та ін.). Україна з моменту проголошення незалежності відмовилася від адміністративно-командної системи, але разом з цим не змогла швидко і безболісно пройти шлях від країни з перехідною економікою до країни з повноцінною ринковою системою. Процес трансформації супроводжувався переходом від індустріальної моделі до аграрно-індустріальної з сировинним ухилом внаслідок деіндустріалізації економіки. З огляду на це, а також беручи до уваги внутрішні протиріччя і зовнішню агресію з боку Росії, наша країна в 2014 р. опинилася на межі існування. Зараз, як ніколи гостро стоїть питання вибору правильного напрямку економічної політики. І мова йде про розробку власного унікального плану розвитку на підставі досвіду більш успішних національних економік. У даному випадку при побудові соціально-економічної моделі для України необхідно використовувати найбільш близьку модель успішної країни. Варто відзначити, що сучасні моделі неможливі без включення інклюзивного фактору економічного зростання. У 2018 р. на Всесвітньому економічному форумі в Давосі був представлений звіт по огляду інклюзивного економічного розвитку країн світу, в якому Україна втратила за 5 років 6,8% і опустилася на 49 місце серед країн, що розвиваються [5]. Вибір соціально-економічної моделі необхідно адаптувати під ті показники, які входять у розрахунок індексу інклюзивної економічного розвитку.

У сучасному світі основними успішними соціально-економічними моделями прийнято вважати американську (роль держави мінімальна, велика диференціація населення за доходами, прийнятний рівень життя малозабезпечених груп населення), японську (високий рівень державного впливу на економіку, незначне розходження в рівні зарплат керівної ланки і службовців, соціальна спрямованість), шведську (скорочення нерівності через розподіл доходу, втручання держави в

ціноутворення, висока питома вага державного сектора), французьку (регулююча роль держави висока, великі масштаби підприємницької діяльності держави, втручання держави в процес накопичення капіталу), південнокорейську (планування економічного розвитку, державний контроль в кредитно-фінансовій сфері, регулювання зовнішньоекономічного сектора, спрямоване на стимулювання експорту і обмеження імпорту).

Для визначення найбільш близькою для України моделі необхідно також враховувати особливості виробничо-орієнтованої моделі і споживацько-орієнтованої моделі [6]. Для нашої країни характерні ознаки, відповідні споживацько-орієнтованої моделі: споживчі витрати домогосподарств становлять 90% від ВВП, інвестиції в основний капітал 16% від ВВП, експортна квота 45% [7]. З огляду на це найбільш підходящим орієнтиром для вибору соціально-економічної моделі виступає досвід Південної Кореї, чий показники відповідно складають: витрати домогосподарств становлять 64% від ВВП, інвестиції в основний капітал 30% від ВВП, експортна квота 44% [7]. На цей вибір також вказують необхідні на даному етапі розвитку української економіки кроки по регулюванню кредитно-фінансової сфери, а також досягнення позитивного зовнішньоторгового балансу. Саме ці напрямки дозволили Південній Кореї досягти стрімкого економічного зростання.

Література:

1. Guy H. Orcutt, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 39, No. 2 (May, 1957), pp. 116-123
2. Sutinen, J. and Kuperan, K. (1999), *A socio-economic theory of regulatory compliance. International Journal of Social Economics*, Vol. 26 No. 1/2/3, pp. 174-193.
3. Hector F. Myers *Ethnicity- and socio-economic status-related stresses in context: an integrative review and conceptual model. Journal of Behavioral Medicine*, 2009, Volume 32, Number 1, Page 9
4. Базиліук, А. В.; Жулин, О. В. *Інклюзивне зростання як основа соціально-економічного розвитку. Економіка та управління на транспорті*, 2015, № 1, с. 19–29.
5. *The Inclusive Development Index 2018 Summary and Data Highlights [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2018.pdf - вільний.
6. Задоя А.А. *Экономические модели стран Европейского Союза: возможности использования в Украине / А.А. Задоя // Европейський вектор економічного розвитку*. – 2019. - №1(26). – С.84-93.
7. *World Bank Group [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <https://www.worldbank.org/> - вільний.

КАЛІНІНА О.М.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту

Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ЩОДО ОЦІНЮВАННЯ ВПЛИВУ РІШЕНЬ АКЦІОНЕРА НА КОРПОРАЦІЮ

Результативна діяльність корпорацій залежить від обґрунтованої корпоративної стратегії підприємства, від вміння розроблення конкурентної стратегії в умовах постійного суперництва між підприємствами, способів здійснення діагностики, планування, організації та контролю поточного та перспективного станів на базі ретроспективних даних, раціонального управління її реальним та абстрактним капіталом, а, отже, мистецтва врахування факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Важливу роль у наведеному переліку відіграють стейкхолдери підприємства, особливу увагу з яких, потребує акціонер, рішення якого повинні прийматися в межах правового поля згідно з діючим законодавством, проте можуть бути недостатньо прорахованими з боку підприємства.

Яскравим прикладом корпорації є акціонерне товариство, що може функціонувати у публічному або приватному типі [1].

Наведемо деякі параметри розмежування акціонерного товариства на типи: кількість акціонерів (більше або менше 100); спосіб розміщення акцій (публічна або приватна пропозиція); черговість прав акціонерів на придбання акцій (потенційні і існуючі акціонери або існуючі); порядок відчуження акцій (зі згодою інших акціонерів або без); способи обігу акцій (проходження процедури допуску акцій до торгів на фондовій біржі або продаж як позалістингових цінних паперів); збільшення статутного капіталу за рахунок додаткових внесків (розповсюдження акцій шляхом публічного або приватного розміщення або тільки приватного розміщення); наявність переважного права; вимоги до розкриття інформації про діяльність товариства; вимоги щодо корпоративного управління товариством; аудит звітності (перевірка незалежним аудитором або іншим перевіряючим) і т.і.

Поведінка акціонера залежить від того до якого типу акціонерного товариства він належить та яким пакетом акцій він володіє. Саме тому рекомендується навести єдність та відмінності між акціонерами різних типів акціонерних товариств, а також акціонерів мажоритарного виду та міноритарного.

Для досягнення поставленої мети було сформульовано критерії та визначено їх важливість для корпорації з використанням методу аналізу ієрархій [1; 2]: вплив на корпорацію, взаємозв'язок ключових інтересів акціонерів і корпорації, спекулятивний інтерес, залучення до менеджменту корпорації, вдосконалення контролінгу для більш ефективного управління реальним капіталом, можливість залучення додаткових фінансових ресурсів, імідж акціонера, зацікавленість в можливості обігу акцій на фондовій біржі, ризик прийняття необґрунтованих, необдуманих рішень, формування ефективної системи корпоративного управління.

Подальше дослідження полягало у вивченні Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах» [4]. Зроблено висновок, що розроблений перелік критеріїв потребує доповнення критеріями «Можливість застосування Squeeze-Out» (публічна вимога мажоритарного акціонера з приводу продажу йому акцій міноритарних акціонерів) і «Можливість застосування Sell-Out» (права міноритарного акціонера отримати справедливую вартість їх цінних паперів за примусовий продаж мажоритарному акціонеру (власнику 95 % акцій). Тобто корпорація завжди повинна бути наготові з приводу можливого укріплення монополістичних позицій мажоритарного акціонера завдяки міноритарному. Окрім того, у міноритарного акціонера виникає потреба в передбаченні ситуації щодо можливої втрати пакету акцій.

Далі чутливість поведінки акціонера в залежності від кількості акцій та його зацікавленості в довгостроковій діяльності корпорації було визначено за допомогою шкали Харрінгтона. При цьому відмітки на шкалі бажаності рекомендується оцінювати від одинці до п'яти з кроком один, де бажаність «дуже висока» відповідає відмітці 5, дуже низька – відмітці 1.

Завершальним етапом роботи було побудова профілю рішень акціонерів різних видів з використанням СМАРТ-методу та розраховано «узагальнений показник впливу акціонерів» мажоритарного та міноритарного виду.

Запропонований методичний підхід щодо оцінювання впливу рішень акціонера на корпорацію дозволить корпорації приймати обґрунтовані рішення щодо її розвитку як в поточному, так і стратегічному періодах. Практична реалізація представленого методичного підходу буде висвітлено в наших подальших публікаціях.

Література:

1. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 № 514-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
2. Калініна О.М., Красніков В.М. Методичний підхід щодо оцінки впливу акціонера на діяльність корпорації. – 2019. – С. 292-302 / Сучасний управлінський інструментарій прийняття ефективних економічних рішень: колективна монографія / за загальною редакцією А.В. Дороніна. – Харків: Нац. аерокосмічний ун-т ім. М.С. Жуковського «Харківський авіаційний інститут», 2019. – 304 с.
3. Саати Т.Л. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т.Л. Саати. – М.: Радио и связь, 1989. – 316 с.
4. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо підвищення рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах: Закон України від 23.03.2017 № 1983-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1983-19>

КАРАДОБРИ Т.В.

студентка 2 курсу економіко-правового факультету
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Науковий керівник: ст. викл. О. В. Жмай

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Сьогодні менеджмент впливає майже на всі сфери діяльності організації. Зараз проблеми сучасних менеджерів вийшли на новий рівень і значно відрізняються від тих, які були в попередні роки. Відповідно, одна з найважливіших задач сьогодні – це здатність знаходити відповідні методи для того, щоб пристосуватись до часу і «управляти змінами» в організації.

Серед проблем сучасного менеджменту в управлінні персоналом можна виділити:

– відсутність розуміння працівниками та керівниками соціальної ролі підприємства, що може призвести до помилок у довгостроковому плануванні;

– сприйняття персоналу як витрат, котрі треба скорочувати, а не як основу розвитку підприємства;

– недостатня увага керівництва до створення умов для прояву можливостей, самовдосконалення персоналу;

– слабка здатність керівництва визначати мотиви поведінки працівників, їх найбільш значущі, на певний момент, потреби і проблеми, а також відсутність належної уваги до них, що призводить до обману очікувань співробітників і їх незадоволеності [1].

Також до проблем менеджменту можна віднести: намагались що-небудь міняти; залишатись стабільним; відстоювання своїх позицій; бажання підвищити посаду та свої досягнення; пишались успіхами в минулому, продовжуючи робити все, як і раніше [2]. Ці проблеми, на наш погляд, є дуже актуальними.

Інші труднощі, з якими стикаються менеджери на робочому місці в XXI столітті, є процес прийняття рішень або механізми зворотного зв'язку. Наприклад, всі співробітники хочуть знати думку менеджерів щодо якості своєї роботи. Якщо менеджери не забезпечують цього зв'язку, це означає, що вони тримають персонал в невіданні щодо оцінки його ефективності. У працівників не буде можливості дізнатися про свої сильні і слабкі сторони і знайти відповідні шляхи для поліпшення. Крім того, зворотний зв'язок може підвищити продуктивність і оптимізувати робочі відносини між співробітниками і менеджерами на робочому місці.

Зараз управлінці повинні освоїти технічні, економічні, соціологічні, психологічні, юридичні сфери, мати можливість ставити цілі й визначати загальні напрямки розвитку підприємства, будувати відносини між людьми, орієнтуватись на співробітника як на особистість, поєднувати різні знання та навички, а також бути компромісними, мати почуття відповідальності та бажання постійно удосконалюватись [3].

Оскільки компетенції менеджера включають планування, організацію, мотивацію і контроль, кожен, хто займає керуючу посаду, повинен постійно розвивати відповідні навички, які допоможуть йому добитися успіху у всіх областях діяльності.

Отже, сьогодні існує перелік дуже гострих проблем в сфері управління. При високих темпах розвитку економіки ці проблеми в Україні можна вирішити. Сьогоднішні менеджери повинні шукати нові інноваційні способи або методи для досягнення цілей великої організації на постійно зростаючому конкурентному ринку. Більш того, вони повинні бути готові йти на деякі несподівані ризики, щоб допомогти організації зайняти лідируючі позиції.

Література:

1. Назаренко І. М. Наукові концепції розвитку стратегічного менеджменту: сутність, призначення та перспективи. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. : Економіка. 2014. Вип. 1. С. 53-58.*

2. Свтушенко Г. І., Ковальчук В. В. Проблеми сучасного менеджменту. Актуальні проблеми менеджменту та фінансів в сучасних глобалізаційних процесах: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 15–16 березня 2018 р. Ірпінь : Ірпінь Білосток, 2018. С. 24 – 25.

3. Терещенко В. О. Проблеми сучасного менеджменту в організації Сучасний менеджмент: тенденції, проблеми та перспективи розвитку: зб. матеріалів доп. I Міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених і студентів. Київ, 2018. С. 64-65.

КАРЯКА О.,

студентка 3 курсу факультету транспорту, менеджменту та логістики
Національного авіаційного університету, м. Київ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Л. В. Костюченко

ЦИФРОВИЙ ПРОФІЛЬ ЯК ОСНОВНИЙ СЕГМЕНТ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Цифрові технології поступово проникають до всіх сфер бізнесу, де логістика не є виключенням, оскільки означені технології, на сьогоднішній день, виступають невід'ємною частиною життя людства. Відтак, слід зауважити, що застосування цифрових технологій виступають впливовим сегментом розвитку бізнесу. Так, наприклад, мережа Інтернет автоматизувало вже безліч процесів, такі як

електронна пошта, платіжні системи, інтернет-бібліотеки, магазини та ін.. Впровадження цифрових технологій в логістичну інфраструктуру є основною умовою виживання при великій та сильній конкуренції на ринку вантажоперевезення. Тому зараз їх впровадженню надають велике значення.

Одним з ключових елементів цифрової інфраструктури є цифровий профіль. Суть даного елемента полягає в різноманітних технологіях, які є основою забезпечення простого, швидкого та легального обміну інформації між споживачем і постачальником з використанням єдиного технологічного ID, що дозволить обмінюватися інформацією. В логістичній сфері, використання цифрового профілю дозволяє забезпечити безпечність транспортних перевезень. Його впровадження має відбуватися поетапно, відповідно до переведення всіх компаній та суб'єктів ланцюга на модель з забезпеченням юридичної значущості електронних реєстрів, де паперові свідоцтва замінюються на електронні (цифрові) [2].

Цифровий профіль дає можливість особі, що зацікавлена в тій чи іншій компанії-перевізнику повноцінно сприйняти та проаналізувати всю інформацію, яка необхідна для вирішення поставленої задачі. Це, в свою чергу, забезпечить більш ефективно здійснювати обмін даними для прискорення виконання бізнес-процесів і покращення надання послуг та знизити рівень фальсифікації інформації, оскільки вона надається з «перших вуст» та зменшити обіг і кількість паперової документації.

Послідовність роботи даної системи є наступною: цифровий профіль містить основну інформацію підприємства – паспортні дані. Додатково прикріплюються контактні дані, такі як електронна пошта, номер телефону. В профілі рекомендується зберігати будь-які персональні документи для спрощення доступу до будь-якого виду послуг від соціальних до матеріальних. Кожному цифровому профілю генерується індивідуальний QR-код. При такій інтеграції особисті дані користувача залишаються конфіденційними, що виключає можливість несанкціонованої передачі контактних даних клієнта партнерам, які використовують ці дані в рекламних та інших цілях. В акаунті ID користувач самостійно приймає рішення про доступ до особистих даних [1].

Цифровий профіль також може використовуватись не лише в вантажних перевезеннях, а й в системах управління пасажирських перевезень (пасажирським транспортом). Це дозволить прокласти маршрут в будь-яку точку світу з зазначенням достовірних поточних цін і видів транспорту, які задіяні в обраному маршруті. Громадянин завжди зможе покинути та повернутися в свою країну, маючи лише профіль в ID. Існуючі пошукові системи з можливістю прокладки маршруту відображають кожен транспорт з його маршрутом окремо і не надають можливості покупки квитків на всі види транспорту по цілісного маршруту. ID надасть можливість замовити квиток на конкретний маршрут, а не одиничне на кожен транспорт, що може істотно знизити вартість даної послуги [1].

Купівля квитків буде здійснюватися технічно за допомогою смарт-контракту, який буде резервувати суму на час поїздки, і оплата сервісу буде перерахована лише тоді, коли пасажир досяг кінцевої точки відправлення. Якщо в маршруті використовується кілька видів транспорту, то оплата буде списуватися окремо кожним транспортним сервісом після досягнення проміжної точки маршруту. Проміжною точкою маршруту є кінцевий маршрут використовуваного виду транспорту.

Зараз існує велика кількість видів оплати проїзду. Якщо це місцевий міський транспорт у регіоні, то доводиться знімати готівку, щоб оплатити проїзд, бо безготівкова оплата проїзду в регіонах відсутня. Це істотно збільшує час, що витрачається для досягнення кінцевої точки маршруту. ID вирішує ці проблеми, так як для оплати проїзду на будь-якому транспорті в межах держави досить мати цифровий профіль. Тепер немає потреби поповнювати платіжну карту, так як оплатити проїзд можна за допомогою ID.

Таким чином, цифровий профіль одночасно може виступати як процесом, що сприяє спрощеній процедурі оформлення транспортного сполучення, так і результатом якісного надання логістичних послуг.

Література:

1. Концепт цифрового профіля громадянина. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://medium.com/@cryptoadviser/концепт-цифрового-профиля-громадянина-dc75cbfc2e1>
2. Профіль в цифрах: как будет работать база данных в 2023 году. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/09/2018/5ba262ef9a7947c2ab193522

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ БАНКОМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах сьогодення банківський сектор України характеризується рядом проблем, а саме спадом в економіці, значна девальвація гривні, військові дії у східному регіоні країни, недостатній рівень капіталізації більшості банків та іншими. Усе це зумовлює необхідність забезпечення ефективними інструментами антикризове управління банками для того, щоб вони могли сприяти розвитку економіки.

Проблемі вивчення антикризового управління в банківському секторі наукова спільнота завжди приділяла достанню уваги. Це засвідчують дослідження таких відомих вітчизняних вчених-економістів, як А.М. Мороз, Л.О. Примостка, А.С. Гальчинський, О.В. Дзюблюк, М.І. Савлук, П.М. Чуб, Б.С. Івасів, В.В. Коваленко, О.В. Крухмаль, О.І. Барановський, М.П. Денисенко, Ю.В. Василенко та ін.

Розглянувши наукові надбання щодо визначення поняття антикризове управління банком, ми вважаємо, що «антикризове управління банком» - це організована система управлінських заходів щодо діагностики, попередження, нейтралізації, подолання кризових явищ і їх зовнішніх та внутрішніх чинників з метою мінімізації збитків від кризи та створення умов щодо подальшого ефективного розвитку банківської установи. Перевагою зазначеного визначення, на наш погляд, є його конкретність та виділення комплексу управлінських рішень.

У зв'язку з наявністю багатьох проблем українська банківська система, на наш погляд, повинна впровадити діюче антикризове управління фінансовою стійкістю банків. Це завдання є одним з найбільш актуальних в Україні. На сьогоднішній день стан багатьох банків незадовільний, мають місце випадки банкрутства банків, що свідчить про недоліки в системі антикризового банківського управління. Згідно з Законом України «Про банки і банківську діяльність» НБУ зобов'язав комерційні банки поетапно збільшити статутний фонд до 500 млн гривень до 11 липня 2024 року. [1] Через це більшість банків прийняли рішення об'єднатись, а деякі і зовсім вийшли з банківського сектору. В період з 2014 по 2017 роки НБУ заклав 88 банківських установ. Близько 70 банків на сьогоднішній день знаходяться в стадії ліквідації через втрату платоспроможності. [5]

На основі проведеного дослідження доцільно впроваджувати такі напрями антикризового управління банками: 1) реструктуризація проблемних кредитів; 2) рекапіталізації банків; 3) оптимізація антикризового управління депозитами та кредитами; 4) мінімізація видатків банку; 5) відновлення рефінансування банків; 6) проведення стрес-тестування. Особливо ефективними вони будуть на етапі попередження кризи. Але особливу увагу слід приділити стрес-тестуванню, це дасть змогу оцінити на скільки банк загалом є стійким до виняткових, але ймовірних криз. Стрес-тестування необхідно проводити систематично під час економічної нестабільності.

У якості важливого аспекту формування ефективної системи антикризового управління та неодмінною умовою попередження банківських криз являється підвищення ступеня прозорості та відкритості як діяльності банків, так і регулюючих органів. Істотну роль у підвищенні контролю над діяльністю банків як елемента механізму раннього попередження кризових ситуацій вирішило б створення, як, наприклад, у США, відкритої інформаційної бази даних на основі уніфікованого звіту про діяльність банків[4].

Задля скорочення витрат від банківських криз та ймовірності їх виникнення повинні бути розроблені загальні принципи антикризового управління. Система антикризового управління повинна включати в себе підготовчу роботу, профілактичну діяльність та управління в умовах кризи. Вони повинні здійснюватися на постійній основі. Управління ризиками являє собою важливий, але не єдиний аспект антикризового управління. Також, рекомендується складання планів з антикризового управління. Метою його розробки є визначення проблем, які здатні привести до розвитку кризи; вироблення критеріїв для введення антикризового управління. Це дозволить прискорити і спростити ухвалення необхідних управлінських рішень, скоротити можливі альтернативні дії і забезпечити їх послідовність[4].

Таким чином, можна зробити висновок, що антикризове управління у вітчизняних банках на сучасному етапі відзначається певною безсистемністю та непродуманістю заходів. Виходом із данної ситуації, ми вважаємо, має стати розробка та впровадження в банках якісних процедур антикризового управління, що спрямовані на випередження, рефінансування та рекапіталізація, недопущення кризових ситуацій та мінімізацію негативних наслідків у разі виникнення кризи.

Використання вищезазначених рекомендацій на наш погляд дозволить подолати негативні наслідки по скороченню фінансових установ, підвищення їх якості діяльності, попередити кризові явища та дозволить стабілізувати фінансовий сектор.

Література:

1. Закон України «Про банки і банківську діяльність»: від 19.09.2019 № 112-IX // [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>

2. Зверяков О.М., Антикризове управління банком в умовах фінансової нестабільності/ Вісник соціально-економічних досліджень, 2018 рік, випуск 3, [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/147036099.pdf>

3. Олійник А.В. Напрями вдосконалення антикризового управління вітчизняними банками [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/147037987.pdf>

4. Офіційні дані Національного банку України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>

КОНДРУК Д.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки та підприємства
Університету економіки та права «КРОК»

Науковий керівник: к.е.н., О.Г. Чумаченко

РИЗИК МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ

В ринковому економічному середовищі діяльність суб'єктів господарювання схильна до ризиків. Фінансові інвестиції, як і будь-яка інша фінансова операція, не є виключенням. Різноманітні ризики, що виникають в результаті інвестиційної діяльності через ряд факторів на які неможливо вплинути заздалегідь, призводять до втрат вкладника. Проблема полягає в тому, що повністю уникнути ризиків неможливо. Дослідження цієї проблеми, робить керування ризиками усвідомленим явищем і демонструє, що всі види ризиків пов'язані між собою і постійно змінюються під впливом як зовнішнього так і внутрішнього середовища.

В методичних рекомендаціях до розробки бізнес-плану, ризик визначається – як небезпека того, що цілі, поставлені у проєкті, повністю або частково не будуть досягнуті.

Стрельцов А., Цамуталі О. вказують, що ризик – це можливість (імовірність), по-перше, втрати підприємством частини своїх існуючих ресурсів, по-друге, втрати залучених ресурсів для реалізації певних цілей й, по-третє, недоодержання доходів або появи додаткових витрат у результаті здійснення господарської діяльності. [1]

Тобто, з точки зору фінансових інвестицій можна зробити висновок, що ризик – це ймовірність втрати інвестованих коштів, а також не досягнення бажаного рівня окупності і запланованого доходу.

Загалом, основними ризиками для управління фінансовими інвестиціями є фінансовий та інвестиційний ризик.

Фінансовий ризик – це потенційно можлива небезпека ймовірної втрати ресурсів або недоотримання коштів порівняно з варіантом, який розрахований на раціональне використання ресурсів або ймовірність отримання додаткового обсягу прибутку в результаті здійснення певних ризикових операцій.

Причинами виникнення фінансового ризику можуть бути некваліфікований персонал, шахрайство, схильність до високоризикових операцій для досягнення надмірно високого рівня прибутку, неефективна структура активів і капіталу, недооцінювання ділових партнерів та інших факторів. Негативних наслідків цих дій значною мірою можна запобігти за рахунок ефективного управління фінансовими ризиками.

Фінансовий ризик можна поділити на систематичний або, як його ще називають ринковий ризик та на несистематичний (специфічний) ризик.

Ринковий ризик характеризує ймовірність фінансових втрат, пов'язаних із несприятливими змінами кон'юнктури різних видів фінансового ринку. Цей вид ризику характерний для всіх учасників фінансової діяльності.

Специфічний ризик характеризує ймовірність фінансових втрат, пов'язаних із неефективною діяльністю підприємства.

Інвестиційний ризик характеризує можливість виникнення фінансових втрат у процесі здійснення інвестиційної діяльності підприємства. Ідентифікують наступні види інвестиційного ризику: ризик реального інвестування й ризик фінансового інвестування.

Ризик менеджмент, на нашу думку, повинен бути складовою системою стратегічного планування та бюджетування. Для істотного поліпшення впровадження ризик-менеджменту необхідно виокремити його складові:

1. Оцінювання ризику – аналіз походження й оцінювання масштабів ризику в конкретній ситуації.

2. Управління ризиком – аналіз ризикової ситуації, розроблення й обґрунтування управлінського рішення, спрямованого на мінімізацію ризику.

На сьогоднішній день апробовані два методи управління ризиками.

1. Аналітичний метод припускає розрахунок таких традиційних для оцінювання ефективності інвестиційних й інноваційних проєктів показників, як, наприклад, точка беззбитковості, строк окупності, чиста зведена вартість, індекс рентабельності, внутрішня норма прибутку. Про рівень ризику роблять висновки за величиною відхилення розрахункових величин цих показників від граничних або рекомендованих значень, а також від значень цих показників за альтернативними проєктами. [2]

2. Експертний метод засновується на якісному визначенні ймовірності подій за рахунок оцінки факторів, що впливають на виникнення ризиків. Цей метод залежний від висновків експертів.

Виділяють три основних етапи аналізу ризику:

- Визначення кола експертів, які мають необхідну кваліфікацію та досвід для оцінки рівня даного ризику.

- Визначення переліку факторів, що обумовлюють рівень певного виду ризику та вагових коефіцієнтів кожного з них для узагальненої оцінки рівня ризику.

- Встановлення відповідності між характером дії факторів та рівнем ризику

Тобто, цей метод визначає фактор ризику та його вид (високий, помірний, низький) та встановлює для кожного фактора міру ризику.

Управління компанією, бізнесом є складним, багатогранним явищем. В умовах невизначеності впровадження ризик-менеджменту є запорукою успіху. Якщо і не запорукою, то суттєвим зменшенням збитків та втрат.

Література:

1. А. Стрельцов, О. Цамутали // *Управление риском*. – 2000. – № 2. – с. 12–14
2. *Фінансовий менеджмент: навчальний посібник / за заг. ред. В.М. Бороноса*. – Суми: Вид-во СумДУ, 2012. – 539 с. – Режим доступу: <http://fin.fem.sumdu.edu.ua/uk/finman2012.html>

КОПШИНСЬКА К.О.,

к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту
КПІ ім. Ігоря Сікорського

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ СТАРТАП-ПРОЕКТІВ В УКРАЇНІ

Глобальна інформатизація та цифровізація створюють передумови для радикальних трансформацій сучасного бізнес-середовища. Компанії, що працюють у сфері логістики та транспортування одними з перших відчули вплив зазначених тенденцій. Кожного року з'являється велика кількість стартапів, які пропонують інноваційні рішення та підходи у логістиці та транспортуванні. Інтеграція України у світовий економічний простір є пріоритетом розвитку держави, тому зазначені тенденції будуть активно впливати і на вітчизняне бізнес-середовище.

Статистичні дані свідчать про зростання інтересу серед ІКТ фахівців до транспортно-логістичної діяльності. За даними консалтингової фірми Simon-Kucher&Partners, на початок 2018 року у США логістичні стартапи отримали більше ніж 1,5 млрд. дол. інвестицій [1]. Стартапи, вартість яких

оцінюється в 1 млрд. дол. і більше, належать до унікальної категорії компаній, яка називається «єдинороги». У 2019 році до «єдинорогів» приєдналися і стартап-проекти у сфері логістики, розроблені в різних країнах: американська компанія Flexport (вантажна логістична платформа, поточна вартість 3,2 млрд дол.); індійська Delhivery (логістично орієнтована платформа електронної комерції, поточна вартість 1,5 млрд. дол.); китайська Yimidida (хмарна логістична платформа та служба доставки, поточна вартість 1,2 млрд. дол.); бразильська LoggiTechnology (логістична платформа онлайн доставки, поточна вартість 1 млрд. дол.) [2]. Такі значні обсяги фінансування логістичних стартапів обумовлені прискоренням темпів розвитку електронної комерції в усьому світі. Переважна більшість перевізників постійно знаходиться у пошуку інноваційних рішень щодо переміщення вантажів.

Стартапи з'являються в транспортно-логістичному секторі, оскільки нові технології дозволяють істотно підвищити ефективність діяльності, зменшити витрати на перевезення вантажів, зменшити час на оброблення та виконання замовлення, підвищити рівень обслуговування в цілому. За оцінками StartupBlink у 2019 році Україна потрапила до рейтингу країн з найкращими стартап-екосистемами та посіла в ньому 31 місце. На території країни зареєстровано 396 стартапів [3]. Серед них близько третини проектів пов'язані з електронною комерцією. Зустрічаються і суто логістичні стартап-проекти, такі як Cargofy (віртуальний помічник, що за допомогою технологій штучного інтелекту автоматизує ручну працю в логістиці) та CargoStock (онлайн-сервіс, який допоможе власникам вантажів у пошуку перевізників та допоможе перевізникам одночасно шукати замовлення на доставку). Електронна комерція на сьогодні залишається одним з найбільш швидко зростаючих ринків, тому усі галузі, що її обслуговують, також будуть активно зростати за рахунок розвитку нових технологій, зокрема й логістика і транспортування.

Істотне зростання за останні п'ять років демонструє і ринок поштових відправлень, чим також частково завдячує зростанню обсягів електронної комерції. Два найбільші поштові оператори на українському ринку («Нова пошта» та «Укрпошта») у найближчому майбутньому планують впровадити послугу доставки дронами і вже активно займаються розробкою та впровадженням цих проектів. Такий спосіб доставки дозволяє істотно скоротити термін постачання та зробити його більш дешевим та зручним для споживача. Обидві компанії готові співпрацювати у таких проектах з молодими розробниками стартапів, з перспективою їх придбання в майбутньому.

Агросектор також є перспективним напрямом для реалізації логістичних стартапів. Сільське господарство є однією з бюджетоутворюючих галузей української економіки, ключовим джерелом валютної виручки для державного бюджету. Воно буде й надалі активно розвиватись за рахунок підвищення попиту на продукцію на зовнішніх ринках і розвитку інноваційних та інформаційних технологій, зокрема використання роботів, безпілотних автомобілів, вантажівок та іншої сільгосптехніки, дронів; програмного забезпечення для оптимізації маршрутів, вибору транспорту, зберігання та передачі інформації, маркування товарів та будь-яких інших рішень, які зможуть забезпечити економію витрат, часу, підвищення рівня якості обслуговування та ефективності діяльності в цілому.

Великі компанії, які працюють в усіх зазначених сферах готові активно співпрацювати з малими інноваційними фірмами та стартапами з метою забезпечення власних конкурентних переваг, адже вже сьогодні стає зрозуміло, що такі інноваційні стартапи з часом можуть витіснити великих гравців з логістичних ринків.

Таким чином, серед ключових напрямів розвитку логістичних стартап-проектів в Україні можна виділити:

- оцифрування усіх бізнес-процесів (хмарне зберігання інформації, цифровий документообіг, цифрові склади тощо);
- прискорення процесів переміщення та доставки товарів за рахунок використання інноваційних технологій (дронів, роботів тощо);
- найбільш перспективними галузями для розвитку логістичних стартапів є електронна комерція, поштові відправлення та сільське господарство.

Література:

1. Wengler, S. Biermann, Ph. *Logistics Startups Are Booming*. URL: <https://www.simon-kucher.com/tr/blog/logistics-startups-are-booming>
2. White, A., Mathur P. *Meet the unicorn class of 2019*. URL: <https://pitchbook.com/news/articles/unicorn-class-of-2019>
3. *StartupBlink Ecosystem Ranking Report 2019*. URL: <https://www.startupblink.com/startups/ukraine>

КОРЧЕВСЬКА Л.О.,

д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонського національного технічного університету

БОЛГАР М.С.,

студент 2 курсу магістратури факультету міжнародних
економічних відносин, управління і бізнесу
Херсонського національного технічного університету

НЕЧИТАЙЛО Д.В.,

студентка 2 курсу магістратури факультету міжнародних
економічних відносин, управління і бізнесу
Херсонського національного технічного університету

СТРУКТУРНІ ПРИНЦИПИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Теоретичний базис синергетичного управління економічної безпеки підприємства ґрунтується на дослідженні принципів. Матеріали вільної енциклопедії Вікіпедії дають визначення принципу (від лат. *principium* – початок, основа) як: 1) основна істина, закон, положення або рушійна сила, що лежить в основі інших істин, законів, положень або рушійних сил; 2) керівне положення, основне правило, установка для якої-небудь діяльності; 3) основна особливість пристрою, дії механізму, приладу.

Принципи економічної безпеки підприємства можна групувати за п'ятьма напрямками, а саме: за цільовим, функціональним, структурним, процесним і системним. Отже, зупинимось саме на структурних принципах.

Структурні принципи – визначають правила побудови структури.

1. Принцип одночасності чотирьох ролей. Будь-який елемент всередині підприємства та поза його межами з погляду забезпечення економічної безпеки підприємства може виступати одночасно у чотирьох ролях: 1) суб'єкта (засіб, механізм, спосіб) забезпечення безпеки; 2) об'єкта забезпечення безпеки (елемент, що захищається); 3) джерела загрози; 4) об'єкта загрози. Найбільш важливим висновком принципу чотирьох ролей є те, що кожний елемент підприємства (наприклад, будь-який ресурс, бізнес-процес, співробітник підприємства тощо) може являти собою як загрозу економічній безпеці підприємства, так і бути використаним для її забезпечення [1].

2. Комбінація централізації та децентралізації. Основною вимогою цього принципу є те, що централізація та децентралізація повинні знаходитися у раціональному співвідношенні, іншими словами – балансувати між порядком і хаосом. Звісно, рівень централізації відносно силової безпеки повинен бути більше, тому що вона вимагає жорсткої внутрішньої координованості та залежності підрозділів у рамках цілісної системи. Однак, рівень централізації відносно інших складових повинен бути меншим, тому що децентралізація сприяє самоорганізації.

3. Ієрархічність. Принцип підпорядкування постулює: будь-який повільний параметр управляє будь-яким швидким, а також вищий рівень керує нижчим. Це виглядає як диригування поведінкою елементів нижчого рівня економічної безпеки підприємства. Наприклад, забезпечення національної економічної безпеки впливає на рівень безпеки суб'єктів господарської діяльності, який, у свою чергу, впливає на стан економічної безпеки окремих осіб.

4. Пріоритет об'єкта над суб'єктом. Службу економічної безпеки підприємства доцільно формувати у тому випадку, коли об'єктивні фактори вимагають її створення.

5. Координація. Структура вважається раціональною тоді, коли існує повна взаємодія всіх її елементів і відсутні протиріччя. Основними напрямками реалізації цього принципу є: 1) забезпечення узгодженості всіх елементів економічної безпеки підприємства; 2) впровадження заходів щодо нейтралізації загроз здійснюється на основі взаємної координації зусиль внутрішніх структурних підрозділів (цехів, відділів, комітетів тощо) та служби безпеки підприємства на всіх рівнях; 3) формування злагодженої системи координуючих зв'язків між підприємством і зовнішніми організаціями (органами влади, МВС, СБУ та інші), які здатні сприяти забезпеченню безпеки підприємства; 4) наявність адекватної системи зворотного зв'язку.

6. Єдність розпорядництва. Цей принцип допомагає запобігати конфліктам на основі чіткого закріплення повноважень за кожним керівником стосовно кожного об'єкту управління (підрозділу або робочого місця). Наприклад, керівник підприємства віддає розпорядження начальнику служби безпеки, оперативно одержує від нього інформацію стосовно забезпечення безпеки на підприємстві та ухвалює його рішення.

7. Мінімальна складність структури. Чим простіша структура економічної безпеки підприємства, тим легше досягти координованості всіх елементів і зв'язків. Дуже складні структури легко дезорганізуються, в них послабляються адаптивні здатності та порушується єдність цільової орієнтації.

8. Персональна відповідальність. Всі елементи структури економічної безпеки підприємства (власники бізнес-процесів, працівники, постачальники, дилери тощо) повинні нести персональну відповідальність за збереження режиму безпеки, що захистить їх від санкцій за умов його порушення.

9. Адаптивність. Структура повинна мати здатність пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, інтенсивності його впливу, до цільової переорієнтації, до нової стратегії розвитку. Мати адаптивну структуру економічної безпеки підприємства – це значить мати стійкість до загроз та використати всі можливості.

Відзначено, що групування принципів є теоретичним підґрунтям концептуального підходу до розуміння сутності синергетичного управління економічною безпекою.

Література:

1. Гапоненко В. Ф., Беспалько А. Л., Власков А. С. *Экономическая безопасность предприятий* / В. Ф. Гапоненко, А. Л. Беспалько, А. С. Власков. – М. : Издательство «Ось-89», 2007. – 208 с.

КУРОЧКА С.О.,

студент Черкаського навчально-наукового інституту
ДВНЗ «Університет банківської справи»

Науковий керівник: к.філол.н., доцент Л. В. Потапенко

МОБІНГ – НЕГАТИВНЕ ЯВИЩЕ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Одним із ефективних показників діяльності підприємства є трудові відносини працівників. Трудові відносини залежать від дотримання морально-етичних правил та сприятливого психологічного клімату на підприємстві

Мобінг – це психологічні утиски, переважно групові, працівника з боку роботодавця або інших працівників, що включають у себе постійні негативні висловлювання, критику на адресу працівника, його соціальну ізоляцію всередині організації, виключення з його службових дій соціальних контактів, поширення про працівника свідомо помилкової інформації [1].

Активна допомога працівникам у боротьбі з мобінгом та психологічним насиллям стали основною метою діяльності провідних організацій світу, однією з таких є Міжнародна організація праці.

Як показують дослідження Міжнародної організації праці, жертвами мобінгу найчастіше стають представники расових, релігійних і етнічних меншин, а також особи, які мають фізичні та психологічні відхилення [2].

Свроінтеграція України призводить до уніфікації захисту прав та свобод працівника. Тому, Україна долучається до протидії мобінгу, відповідно зареєстрований у Верховній Раді проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо попередження та протидії мобінгу №10118-1, який зареєстрований від 18.03.2019, що включає правовий захист від необґрунтованої відмови у прийнятті на роботу, незаконного звільнення, мобінгу працівників, сприяння у збереженні роботи, також захисту власної гідності під час здійснення трудової діяльності.

Мобінг є негативною поведінкою, яка має складові ознаки як соціального так психологічного конфлікту. Такі соціальні та психологічні явища не включають випадкових подій, відповідно спрямованих проти однієї особи або групи осіб, що працюють на підприємстві. Мобінг – це спрямований і довготривалий у часі процес. Особа або група осіб, що працюють на підприємстві відчувають тиск, переслідування з певним проміжком часу або постійно, з боку керівництва або різних осіб.

Мобінг має місце в організаціях як державного, так і приватного сектора економіки. Частіше всього дії мобінгу несуть прихований характер, так що особа, на яку здійснюється вплив, опиняється в ізоляції, відчуває дискомфорт і впадає в депресію. У результаті цього людина або психологічно хворіє, або йде з роботи за власним бажанням. Керуючі процесом мобінгу можуть переслідувати різні цілі, зокрема, щоб підвищити свій авторитет, позбавитись конкурента, домогтися якихось привілеїв. Це може бути також і цілеспрямованою стратегією управління, щоб змусити працівника звільнитися за власним бажанням. Адже якщо підприємство звільняє з економічних причин, воно зобов'язане виплатити вихідну допомогу, а якщо працівник йде за власним бажанням, то вихідна допомога не виплачується [3].

Головними негативними наслідками мобінгу для підприємства є зростання плинності кадрів, зниження продуктивності праці та зменшення доходів від господарської діяльності.

Причини мобінгу поділяються відповідно на внутрішньоособистісні та організаційні.

Внутрішньоособистісні причини мобінгу включають:

- незнання, чого очікувати від новачка в усталеному колективі;
- невиконання поставлених завдань;
- «біла ворона» – колектив не любить людей, які суттєво вирізняються серед них і не важливо за якою ознакою – хорошою чи поганою;
- внутрішня напруга всього колективу з різних причин.

Організаційні причини мобінгу включають:

- не чіткі організації та стратегії її розвитку;
- неправильна організація праці;
- розпливчаті межі відповідальності службових обов'язків;
- велика різниця у мотивації співробітників;
- відсутність навичок управління у вищого керівництва;
- відсутність можливостей кар'єрного зростання;
- відтік кадрів, часта зміна топ-менеджерів;
- нечіткий розподіл праці між відділами або співробітниками [3].

Задля забезпечення стабільного розвитку підприємства, застосовують наступні організаційно-управлінські засоби профілактики мобінгу:

- підтримання здорового соціально-психологічного клімату в колективах;
- раціональне та чітке розділення праці між відділами;
- формування системи кадрового просування і можливостей кар'єрного росту;
- виключення родинних та дружніх зв'язків між підлеглими та керівництвом;
- створення умов, що забезпечують отримання зворотного зв'язку між керівництвом та працівниками;
- раціоналізація та відкритість інформаційних потоків в організації;
- формування нетерпимого ставлення до пліток та інтриг на роботі;
- чітке формулювання обов'язків кожного працівника з позначенням меж їхньої персональної відповідальності;
- формування прозорого механізму прийняття управлінських рішень.

Отже, мобінг – це негативне явище, яке є соціально-психологічною перепорою в розвитку підприємства, впливає на продуктивність і результативність праці окремого працівника та на прибутковість й імідж підприємства в цілому.

Література:

1. *Енциклопедія трудового права [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://voc.metromir.ru/encworkprav/>.*
2. *Міжнародна організація праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ilo.org/global/lang-en/index.htm>.*
3. *Harnois Gaston. Mental health and work: impact, issues and good practices // Harnois Gaston // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.who.int/mental_health/media/en/712.pdf.*

студентка 4 курсу факультету економіки, менеджменту та психології
Київського національного торговельно-економічного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент І.П. Миколайчук

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЛІДЕРСЬКИХ ЯКОСТЕЙ HR-МЕНЕДЖЕРА

Нині у вітчизняному суспільстві сформовано стереотип про те, що посади керівні посади повинні тільки представники чоловічої статі, не зважаючи на той факт, що жінки протягом останніх десяти років ведуть активний соціальний спосіб життя. Ведучи мову про зайняття посади HR-менеджера, за даними багатьох досліджень, найчастіше її обіймають саме жінки, оскільки специфіка його функціональних обов'язків носить творчий характер. Та й загалом на вітчизняному ринку праці в останні десятиліття жінки переважають не лише кількісно, а демонструють значну перевагу серед зайнятого населення, стаючи успішними підприємцями та менеджерами у багатьох сферах життєдіяльності суспільства, в т.ч. серед військових та політиків.

Метою дослідження є теоретичне та практичне обґрунтування гендерних особливостей лідерства, причин гендерної нерівності та оцінка гендерних аспектів обіймання посади HR-менеджера.

Основною причиною меншого представництва жінок серед управлінців є існуючі в українському суспільстві уявлення про їх меншовартість як працівників та меншу їх цінність як керівників. Керівництво великою чисельністю персоналу організації вимагає максимальної концентрації на цій діяльності та постійний професійний та особистісний саморозвиток, що потребує від фахівців значних затрат зусиль та часу. Оскільки традиційно жінки в Україні несуть, у порівнянні із чоловіками більший тягар ведення домашнього господарства та виховання дітей, часто вони фізично не в змозі витримувати таке навантаження, або, як вважають роботодавці, не зможуть його витримувати. Враховуючи дослідження психологічних особливостей професійної підготовки менеджерів [1], жінки в процесі прийняття вагомих управлінських рішень в сучасних мінливих та складних умовах ведення бізнесу, у порівнянні із чоловіками, більш виразно проявляють такі компетентності:

- гнучкість, дипломатичність та товариськість;
- адаптивність до змін та нових викликів зовнішнього середовища;
- вміння аналізувати індивідуальні особливості працівників та оцінювати їх потенціал;
- інтуїтивність у вибудовуванні взаємовідносин підлеглих з керівниками;
- розуміння прихованих можливостей кожного співробітника;
- уміння згладжувати або виявляти приховані конфлікти в колективі;
- здатність скорочувати психологічну дистанцію у взаємовідносинах з підлеглими та їх покращити;
- володіння більш практичним типом мислення та отримання гарантованого результату «тут і зараз» (чоловіки більше схильні планувати на довгострокову перспективу в майбутньому) тощо.

Очевидно, що розбіжності в лідерських якостях між жінками і чоловіками наявні, але вони не є причинами, які повністю виключають можливість для жінки займати провідні керівні позиції, а лише підтверджують той факт, що кожній жінці необхідно віднаходити той підхід до управління, який зруйнував би статеві стереотипи, з одного боку, а з іншого, – забезпечив успіх справи. В такому випадку «жіноче лідерство» потребує значно більше докладених зусиль у порівнянні з «чоловічим» [2].

За результатами ряду досліджень в Україні 70% HR-менеджерів – це жінки. Саме тому в суспільстві виник стереотип того, що ця посада є виключно жіночою, що по суті є найбільш помилковим і стійким уявленням. Як зазначає керівник департаменту «Офісний підбір» аутсорсингової компанії Анна Іванова, бачення HR-менеджера як виключно жіночої професії пов'язано в першу чергу з більшою емоційною стійкістю, якою володіють представниці прекрасної статі: «Вони наділені чуттям, прекрасно розвиненою інтуїцією, яка при підборі персоналу дозволяє визначати, чи зможе людина затриматися на певній позиції. Працюючи в HR-пдрозділі, жінка більш делікатно підходить до вирішення проблем співробітників» [3].

Водночас, у HR-середовищі чоловіки найчастіше реалізують свої професійні здібності у напрямках, пов'язаних з проведенням атестацій, впровадженням різних інструкцій, корпоративних навчальних заходів та тренінгів та стають бізнес-тренерами, коучами та HR-директорами. Знаходячи своє професійне покликання у сфері управління персоналом, чоловіки здатні без зайвих емоцій

розв'язувати глобальні стратегічні питання та конфлікти, та реалізуючи проєкти, які не під силу жінкам.

Отже, незважаючи на фізіологічні та психологічні відмінності між жінками та чоловіками, лідерськими якостями володіють особи обох статей. На нашу думку, гендерна нерівність між ними у сфері управління людськими ресурсами переважно спричинена наявністю певних культурних стереотипів, що вимагають прояву в різних ситуаціях різного набору здібностей та навичок.

Література:

1. Чемеринська Д. І. *Психологічні особливості професійної підготовки менеджерів: гендерний дискурс* : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. псих. наук : спец. 19.00.05 / Чемеринська Дзвіна Іванівна – Київ, 2019. – 22 с.
2. Хмелевський, С. М. *Основні характеристики та необхідні вимоги до професії HR-менеджера* / С.М. Хмелевський, О.Г.Веремієнко // *Глобальні та національні проблеми економіки*. – 2017. – Вип. 20. – С. 626–631.
3. *Морушко О. О. Менеджмент і лідерство* / О.О.Морушко, А.Л.Висоцький, А.Я.Зелінський. – Львів: Нац. ун-т «Львів. Політехніка», 2018. – 187 с.

ЛИТВИНЕНКО О.,

к.е.н., старший викладач кафедри інноваційного менеджменту та міжнародної логістики
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

ОСОБЛИВОСТІ РОЗГАЛУЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПО ІЄРАРХІЧНИМ РІВНЯМ КОМПАНІЇ

Питання керованого впливу на корпоративну (організаційну) культуру наразі є у центрі уваги численних досліджень завдяки тому, що це є одним з найпотужніших напрямків мобілізації нематеріальних резервів для підвищення ефективності діяльності організації. У той же час переважна більшість таких досліджень виходить з припущення, що корпоративна (організаційна) культура є гомогенною у межах організації, тому будь-які особливості керування культурою на різних ієрархічних рівнях організації не розглядаються. Це у власну чергу може привести до певних помилок у формуванні конкретних, адресних заходів щодо розвитку корпоративної культури та у кінцевому рахунку може навіть нівелювати позитивний вплив на ефективність організації.

Наведені міркування й визначають актуальність та практичну цінність дослідження, що спрямовано на вивчення «природного» розгалуження корпоративної культури по ієрархічним рівням організації та впливу стилю (рівню завантованості) ведення бізнесу на цей феномен.

При розгляді теми дослідження автор виходить з цілком зрозумілого припущення про те, що сферою діяльності, яка у найбільшому ступені залежить від використаних технологій є сфера обслуговування. Дійсно, дана галузь передбачає дуже тісний безпосередній контакт персоналу з клієнтами (споживачами), це у власну чергу призводить до того, що технології, які використовуються у бізнесі мають визначальний вплив на конкурентоспроможність підприємства та ефективність його діяльності. Тобто такі підприємства цілком залежать від досконалості технологій бізнесу та повинні постійно витратити значні ресурси на їх оновлення та модернізацію. Можна очікувати, що саме у цій сфері завантованість бізнесу буде найвищою.

На тлі цього цілком природне припустити, що в наслідку існування ресурсних бар'єрів не всі підприємства здатні на впровадження бізнесу на найвищому технологічному рівні, тобто у цій галузі можливе існування значного розриву між лідерами та аутсайдерами в напрямку досконалості технологій бізнесу. З врахуванням того факту, що постійне впровадження нових технологій ведення бізнесу веде до докорінних змін на всіх ієрархічних рівнях організації та безумовно спричинює потужний спротив, який відповідно до думки численних досліджень є розгалуженим по цим ієрархічним рівням, можна зробити висновок, що технології у цій сфері впливають на корпоративну культуру, тобто обираючи підприємства сфери обслуговування для аналізу ефектів, пов'язаних з ієрархічною розгалуженістю корпоративної культури та впливу завантованості технології бізнесу на цю розгалуженість, можна вважати, що перше завдання даного дослідження є виконаним. Більш тонкі ефекти, що стосуються впливу характеру корпоративної на її розгалуженість по ієрархічним рівням підприємства будуть проаналізовані на основі залучення додаткових сфер діяльності, що мають різні типи очікуваної корпоративної культури, як буде показано нижче.

У якості вихідного припущення було прийняте гіпотезу про те, що корпоративна культура, профіль якої визначається за найрозповсюдженими методами діагностики за Камероном-Куїном, Денісоном та Хенді є неоднорідним у межах організації та змінюється відповідно до рівня, на якому проводились вимірювання. Окрім того, постулювався той факт, що рівень відмінностей профілю корпоративної культури між різними рівнями всередині одного підприємства суттєво залежить від сфери його діяльності. Для підтвердження цього припущення до емпіричної бази дослідження було включене підприємства що відносяться до суттєво відмінних галузей бізнеса, що характеризуються різною ступеню завансованості.

На всіх досліджуваних підприємствах за виключенням софтверного бізнесу спостерігається незгода між різними ієрархічними рівнями у оцінці кланової орієнтації корпоративної культури. Всі управлінські рівні досліджуваних організацій прагнуть до зменшення клановості в цільовій корпоративній культурі (або, принаймні, – збереження існуючого status quo), в той час як виконавці жадають помітного збільшення кланової орієнтації. Особливо ця закономірність проявляється у закладах середньої освіти.

На всіх досліджуваних підприємствах за виключенням середньої освіти спостерігається досить суперечливий тренд до однакової схильності як до ринкової, так й до кланової орієнтації. Відповідно до класичної роботи Камерона-Куїна, які, наприклад, досліджували корпоративну культуру компанії Apple у динаміці, це є неможливим – орієнтація на ринкові цінності повністю заперечує клановість, й навпаки, – сімейний, клановий характер компанії на початку її існування не давав змоги досягти бажаної ринкової ефективності та був досить скоро змінений на жорстку ринкову орієнтації, на зміну якій згодом прийшла адхократія.

Всі без виключення підприємства, незалежно від сфери діяльності не бажають бути ієрархією. Універсальним результатом, що був зафіксований під час аналізу корпоративної культури за Харіссоном-Хенді у всіх досліджуваних підприємствах, є наступне: респонденти на всіх досліджуваних підприємствах свідчать, що й актуальна й цільова (бажана) культура цих організацій відноситься до культури “задачі” (або культури Афін, відповідне до іншої інтерпретації класифікатора Хенді).

Таким чином, підводячи підсумки аналізу впливу особливостей бізнесу на розгалуження корпоративної культури по рівням управління організацією, можна зробити наступні висновки: менеджери більш критичне оцінюють параметри культури, що пов’язані з повноваженнями, координацією та інтеграцією; співробітники жадають більш кланової (за Камероном-Куїном), сімейної культури у майбутньому; для сучасних завансованих підприємств, що включають множину самостійних та незалежних співробітників, є характерним «байдужий профіль» корпоративної культури, коли вони не зовсім сприймають спроби залучення їх до певної системи формальних цінностей.

Лозова О.В.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Дністряк А.В.,

магістрант кафедри менеджменту
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Система управління персоналом – одна із ключових елементів, яка визначає ефективність роботи з працівниками на будь якому підприємстві. Звичайно, що чим більша компанія, тим більше ми працюємо зі самою системою, а не з окремими співробітниками.

Відповідно від розміру часу існування підприємства еволюціонує і його система управління персоналом. Так, на малому підприємстві або яке існує лише декілька місяців взагалі може не існувати менеджера по персоналу, або він лише один. Починаючи з одного року існування компанії та розширюючи свою діяльність створюється служба по персоналу функціонального типу. На третьому

стабільному етапі розвитку підприємства розробляється стратегія управління персоналом, активно розробляється корпоративна ідеологія фірми та починає формуватись система управління персоналом. На четвертому етапі активного розширення та зросту зазвичай вже сформована система управління персоналом повноцінно функціонує. Отже, навіть з такого спрощеного опису створення системи управління персоналом слід зазначити, що питання організаційного проектування системи управління персоналом починає бути актуальним лише на середніх та великих підприємствах та під час стадій життєвого циклу – зростання та зрілості. Оскільки система передбачає складну організаційну структуру кадрової служби, чітко визначену стратегію розвитку компанії в цілому та персоналу зокрема.

Служби управління персоналом покликані забезпечити більш повне сполучення інтересів робітників з інтересами організації, підвищення їхньої зацікавленості в рості ефективності праці і поліпшення кількісних і якісних його показників. Одночасно ці служби повинні стежити за ростом кадрів, їхньою підготовкою до постійно мінливих умов виробництва.

Крім того, система управління персоналом повинна забезпечити підприємство наступним:

- допомогти підприємству уникнути людинозалежності, що робить його більш залежним від свого персоналу;
- забезпечити взаємозамінність співробітників та створення якісного кадрового внутрішнього і зовнішнього резерву;
- створити умовно дешеву та швидку систему адаптації персоналу;
- створити умови для самостійного функціонування системи управління персоналом.

Також, система управління персоналом має виявляти «баласт» співробітників, допомогти кричим співробітникам вибудувувати свою роботу та встановити ефективні межі контролю над персоналом.

Отже, саме від багатьох елементів самої системи управління персоналом залежить її організаційне проектування. Важливим етапом побудови оргструктури управління персоналом є попереднє формування складу її підсистем. Під підсистемами організаційної структури слід розуміти підрозділи (ряд підрозділів), або посадову особу, яка реалізує конкретну ціль шляхом виконання управлінських функцій.

МАКАРЕНКО С.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Херсонського державного університету

Олійник Н.,

к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки
Херсонського національного технічного університету

ІВАНЧЕНКО М.

студент факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Важливою передумовою стійкого економічного зростання в Україні є активізація інвестиційно-інноваційної діяльності. Слід зазначити, що економіка України нині не може задовольнити вимоги західних інвесторів. Серед причин непривабливості українського інвестиційного клімату є повільні темпи реформування економіки, законодавчої бази, а також нераціональний розподіл внутрішніх інвестицій, високі ставки податків, надмірне регулювання та заполітизованість економіки [1].

Так, станом на 01 липня 2019 року загальний обсяг прямих інвестицій (акціонерного капіталу), які були залучені в економічний розвиток України, склав 33,7 млрд. дол. США. Приріст прямих інвестицій за 6 місяців поточного року склав лише 839,6 млн дол. США або 2,6% до обсягів на початок 2019 року. Водночас, у відповідності до оприлюдненого проєкту економічного розвитку національної економіки, до 2025 року планується додатково залучити прямих іноземних інвестицій на суму понад 50 млрд. дол. США.

За видами економічної діяльності найбільшу питому вагу інвестиційних надходжень було направлено у розвиток промисловості (33,3% від загального обсягу, у точу числі у переробну

промисловість – 25,2%), оптову та роздрібну торгівлю; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (16,6%), операції з нерухомим майном (13%) та фінансову й страхову діяльність (11,7%). Найбільший приріст інвестиційного капіталу протягом I півріччя 2019 року спостерігався у промисловій галузі (+394,5 млн дол. США або 3,6% до обсягів на початок 2019 року), у тому числі в добувній промисловості і розробленні кар'єрів - приріст склав 184,9 млн дол. США (+10,6% до обсягів на початок року), переробній промисловості – 176,4 млн дол. США (+2,1%). Найбільше вилучення іноземного капіталу відбулося щодо діяльності у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування (-270,4 млн дол. США або -19,7% до обсягів на початок 2019 року) [3].

Результати раніше проведених досліджень [2] свідчать, що головна причина прорахунків у залученні іноземних інвестицій полягає у тому, що в Україні досі немає системної політики з формування інвестиційного клімату. Зокрема, це стосується недосконалості регіональної політики, спрямованої на забезпечення інвестиційної складової економічної безпеки. Встановлено, що одним з найважливіших факторів підвищення ефективності виробництва та максимізації вірогідності залучення інвестицій є формування інвестиційної стратегії розвитку підприємства як основи для забезпечення економічного та раціонального використання матеріальних, трудових, фінансових ресурсів, виробничих потужностей; оптимізації структури ресурсоспоживання на основі впровадження нових проектних, конструкторських і технологічних рішень. Для ефективної реалізації інвестиційної стратегії потрібно всіма можливими способами нарощувати й підтримувати інтелектуальний потенціал інвестиційної діяльності, стимулювати підвищення його творчої віддачі, реконструювати старий господарський механізм і створити новий, який зробив би процес упровадження науково-технічного прогресу життєво необхідним і вигідним. Ефективне збалансоване здійснення інвестиційного процесу відповідно до поставлених соціально-економічних цілей і завдань є найважливішим джерелом економічного зростання й підвищення добробуту людей. Тому важливо забезпечити раціональне поєднання інвестиційної стратегії й тактики, тобто шляхів досягнення загальної мети з конкретними рішеннями щодо її втілення на різних рівнях господарського управління [2].

На прикладі провідного підприємства з виробництва продукції легкої промисловості ПП «Швейна фабрика «Юність» було встановлено, що для втримання наявних позицій та загального підвищення конкурентоспроможності керівництву підприємства необхідно зосередити свої зусилля на впровадженні нових прогресивних технологій щодо оптимізації використання сировини та матеріалів, забезпечення їх оптимального використання без погіршення рівня якості продукції, що виробляється. Для виконання зазначеного запропоновано закупити та ввести в експлуатацію нове високопродуктивне обладнання. За результатами проведених розрахунків встановлено, що при додатковому залученні інвестиційних та кредитних ресурсів для закупівлі нового устаткування вартістю 700 тис. грн. ПП «Швейна фабрика «Юність» отримає щонайменше 27 коп. прибутку на кожну гривню залучених фінансових ресурсів. Загалом економічний ефект складатиме понад 174 тис. грн.

Література:

1. Кушнір С. О. Інвестиційна привабливість агропромислового комплексу України: сучасний стан та перспективи / С. О. Кушнір, Л. М. Рудь // Збірник наукових праць «Проблеми системного підходу в економіці». – 2017. – № 1 (57). – С. 42-46.
2. Олійник Н.М. Оцінка інвестиційної складової економічної безпеки Херсонського регіону з метою залучення міжнародних проектів / Н. М. Олійник, Л. О. Корчевська, С. М. Макаренко // Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки – Хмельницький. - № 1 (244). - 2017. - С. 130-134.
3. Прямі інвестиції (акціонерний капітал) в економіці України за видами економічної діяльності у січні-червні 2019 року // Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

КОНЦЕПТУАЛЬНА СУТНІСТЬ ТА МОДЕЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ПРОФЕСІОНАЛІЗМУ

Визначальним чинником успішної діяльності сучасних підприємств та підвищення рівня їх конкурентоспроможності є рівень професійного розвитку працівників як підгрунтя формування професіоналізму. Висококваліфіковані управлінці змушені постійно ставити перед собою та вирішувати складні стратегічні завдання щодо виживання та розвитку підприємств, способів їх адаптації до змін зовнішнього середовища, викликаних динамізмом євроінтеграційних процесів, лібералізацією виробничо-торговельних та інвестиційних міжнародних відносин, стрімкими темпами розвитку діджиталізації в більшості секторів народного господарства. Ці аспекти є вагомим чинником зростання значимості професіоналізму менеджерів як наукового поняття та актуальною проблемою дослідження.

Поняття «професіоналізм» та його похідні елементи (професійний менеджер, професійний підхід, професійна постановка справи тощо) використовується в лексиконі більшості сучасних керівників та найчастіше використовується для позначення сукупності певних особистісних характеристик, що забезпечують успішність виконання трудової діяльності. Професіоналізм як наукове поняття визначається як: комплекс характеристик суб'єкта діяльності, які відтворюють накопичений ним досвід в певній сфері діяльності, ґрунтовне знання своєї справи та правильний підхід до прийняття рішень, вміння контролювати ситуацію на власному робочому місці, що забезпечують досягнення високих та якісних результатів у найрізноманітніших справах; сукупність досягнутих працівником теоретичних знань, практичного досвіду і професійних навичок в обраній галузі діяльності (компетенцій та компетентності); комплекс знань і практичних умінь, що відповідають стандартам і нормам, прийнятим професійною організацією в певній галузі, що визначають готовність працівника діяти встановленим чином у відповідності до ситуації, його моральну та соціальну відповідальність за результатами професійної діяльності [1].

Експерт з підбору персоналу Л.Петрученко пропонує формалізувати професіоналізм у сукупності та інтеграції наступних понять [2]:

$$\text{Професіоналізм} = \text{Компетенції} + \text{Компетентність} + \text{Спеціалізація} \quad (1)$$

За таким підходом професіоналізм менеджера є комплексною характеристикою, що поєднує його рівень компетентності, необхідних для вирішення актуальних переважно стратегічних завдань, а також здатність освоювати нові компетентності, необхідні для прийняття нових бізнес-рішень. Управлінський професіоналізм містить також відповідальне ставлення фахівця до своєї діяльності, що виражається в двох аспектах: за результати виконуваної роботи і за професійне зростання (здатність до професійних змін) [2].

Акцентуючи увагу на необхідності оволодіння менеджерами-професіоналами новими знаннями, О.Кірдіна пропонує комплексну модель управлінського професіоналізму розглядати у сукупності 8-ми компонентів, що максимально враховують їх практичну діяльність і тенденції змін, модифікована структура якої наведена на рис. 1.

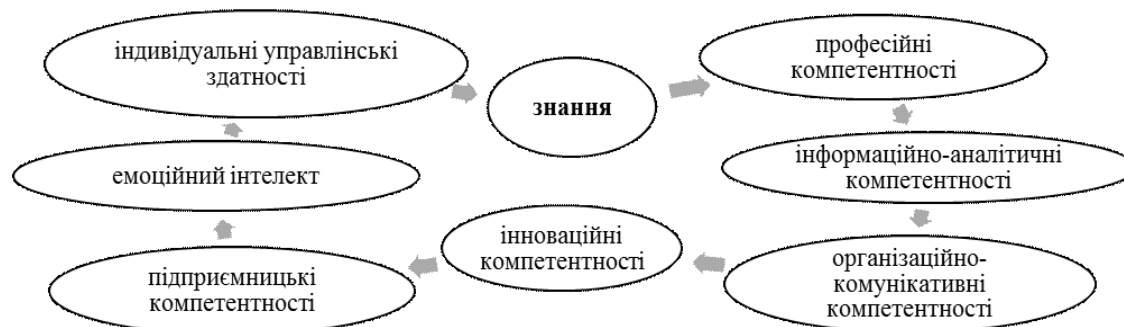


Рис. 1. Комплексна модель управлінського професіоналізму

Джерело: сформовано та модифіковано автором на основі [3, с.269].

Доцільно зауважити, що однією із головних причин підвищення потреби сучасних підприємств у професійних менеджерах є невідповідність їх професійних компетентностей вимогам посад внаслідок впливу чинників невизначених чинників середовища, темпів пришвидшення науково-технічного прогресу, застарівання знань та вмінь працівників, виникнення та зростання потреби у розвитку особистісних якостей (*softskills*). Відтак, ці та інші чинники формують потребу у постійному професійному розвитку кадрів у межах переформування трудового потенціалу.

Отже, фахівець стає професіоналом при досягненні ним необхідного рівня майстерності і набуття досвіду, якісному виконанні своєї справи, володінні високим ступенем готовності до змін. Становлення професіоналів з менеджменту зумовлює необхідність їх підготовки за спеціально розробленими навчальними програмами. Водночас проблема низької якості професійної підготовки менеджерів формує дефіцит кваліфікованих фахівців.

Література:

1. Кім К. Обґрунтування професіоналізму як моральної якості державного службовця / К.Кім // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. Серія «Право». – Вип. 21. – 2016. – с. 72-75.

2. Петрученко Л. Що важливо при працевлаштуванні на роботу, професіоналізм чи мотивація [Електронний ресурс]. / Л.Петрушенко. – Режим доступу: http://gloria.in.ua/ua/list/podii_ta_fakti_rekrutingu/shcho_vazhливо_pri_pratsevlashtuvanni_na_robotu_profesionalizm_chi_motivatsiya.html

3. Кірдіна О.Г. Нові технології забезпечення професіоналізму менеджерів в умовах інноваційної економіки / О.Г.Кірдіна // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. - №38. – С. 267-270.

Момот В.,

д.е.н., професор, професор кафедри інноваційного менеджменту та міжнародної логістики
Університету імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро

ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ З СУТТЄВОЮ ПИТОМОЮ ВАГОЮ ДИСТАНЦІЙНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ

Дистанційна зайнятість набуває значну популярність в організаціях, що переважно функціонують у сфері інтелектуальної праці. Цей тренд, котрий має місце у розвинених країнах починаючи з останньої декади минулого століття, вже захопив й Україну, до по даним агенції GfK до 33% співробітників у високотехнологічних компаніях з високою питомою вагою інтелектуальної праці роблять в умовах дистанційної зайнятості. Це стосується розробки програмного забезпечення, конструювання та інженерії, дизайну та архітектури та інших сфер, де відчувається кадровий голод стосовно фахівців вищої кваліфікації, від яких у кінцевому рахунку залежить стабільність та ринкових успіхів компанії. Окрім того, дистанційна зайнятість вже давно використовується у фінансовій сфері та у сфері бухгалтерії, коли невеликі за розміром підприємства прагнучи економії коштів не можуть собі дозволити постійних співробітників, що забезпечують даний напрямок діяльності. Досить цікавим випадком дистанційної зайнятості є мережі представництв закордонних компаній, які охоплюють значні географічні області. Незважаючи на той факт, що формально співробітники таких компаній працюють за умов повної зайнятості, досить часто вони повністю автономні та несуть повну відповідальність за певний географічний регіон. Виходячи з даної ознаки ці умови праці також можна віднести до дистанційної зайнятості.

Відповідно до думки багатьох експертів однією з головних проблем, що вносяться завдяки використанню віртуальної зайнятості наряду з певним послабленням контролю є низька ступень узгодженості підходів до виконання завдань, що стоять перед співробітниками. Дійсно, коли компанія прагне залучити фахівців з видатними професійними та діловими якостями, котрі мають визнання в експертному середовищі, то вочевидь підвищується вірогідність, що такі фахівці будуть мати досить різні підходи до виконання тих самих завдань та обов'язків, тим більше, що у більшості випадків ці фахівці належать до творчих професій. Якщо необхідне організувати виконання певного проекту за рахунок спільних зусиль таких працівників, це перетворюється на складну задачу, що може навіть не мати рішення. Так само, працівники мережі, яка охоплює значний географічний регіон не мають впливу один на одного та можуть використовувати абсолютно різні підходи до виконання своїх обов'язків, що абсолютно не співпадають зі стандартами, що прийняті усередині компанії.

На погляд багатьох фахівців-практиків чи не єдиним шляхом виправлення такої ситуації є створення потужної корпоративної культури в організації, що є не тільки «сховищем» корпоративних цінностей, процедур, правил, але й дозволяє просувати єдині підходи до вирішення певних задач та проблем або навіть загальні підходи доведення бізнесу. Але сам процес створення (впровадження) та розповсюдження корпоративної культури за умов віртуалізації праці є досить складним та потребує докладного вивчення.

Для віртуальної інтелектуальної праці властива видозміна мотиваційних механізмів – якщо при звичайному підході до організації бізнесу переважна більшість персоналу є вмотивованою за моделлю Х Мак-Грегору, то специфічним вимогам віртуальної праці відповідають лише особи, вмотивовані за моделлю Y, що безумовне впливає на інтенсивність процесу адаптації до корпоративної культури віртуалізованого підприємства.

Процес формування внутрішньої невизначеності підприємства та розсіювання інформації визначається пропорціями між розмірами підприємства та кількістю прихильників окремого підходу до вирішення проблеми, реалізації завдань. Найбільша невизначеність відповідає т. зв. «атомістичній» організації, що складається з множини незалежних співробітників.

Разом з тим позитивний вплив на інтенсивність процесу сприйняття інформації, який наприклад можна здійснювати через штучне збільшення інтенсивності праці груп, що залучаються до освоєння певного підходу до виконання завдань є менш потужним, ніж ефекти, спричинені розсіюванням інформації. Зрозуміло, що вимогу відносно збільшення затрат праці під час переходу до нових підходів до виконання завдань потрібно компенсувати за рахунок матеріальної та моральної мотивації. Але керований вплив на інтенсивність засвоєння знань не призводить до появи нових якісних ефектів у системі. Тобто зменшення внутрішньої невизначеності організації повинне розглядатися, як головний фактор забезпечення ефективності процесу освоєння нових підходів до вирішення завдань. Тут виникає певне протиріччя – з одного боку віртуальна зайнятість спричинена саме прагненням до залучення широкої розмаїтості вмінь та підходів, але моделювання свідчить про те, що таку розмаїтість необхідне стримувати у межах певного діапазону.

При низькій внутрішній невизначеності, яка обмежує рівень розсіювання інформації (знань) в організації, система віртуалізованого підприємства спроможна не тільки засвоювати знання та вміння, що надходять ззовні, але й генерувати власні.

У той же час керований вплив на інтенсивність засвоєння знань не призводить до появи нових якісних ефектів у системі, збільшення затрат праці під час переходу до нових підходів до виконання завдань потрібно компенсувати за рахунок матеріальної та моральної мотивації.

Підводячи підсумки аналізу особливостей корпоративної культури у віртуалізованих організаціях, можна зробити загальний висновок про те, що рівень однорідності організації є головним тригер-фактором, який дозволяє організації виходити на режим власного генерування нових знань та навичок є ступінь однорідності; існує пороговий рівень однорідності компанії, після досягнення якого можливий вихід на режим внутрішньої генерації нових знань та підходів до вирішення інтелектуально-емних завдань; мотивація співробітників в процесі засвоєння нових знань має допоміжне значення та слугує в основному для компенсації додаткових витрат труда, що потрібні для організації цього процесу.

Мурашко А.Є.,

магістрант кафедри технологій управління
Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.Й.Лучко

УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ НА ОСНОВІ SCRUM МЕТОДОЛОГІЇ

Успішне управління процесами розробки та реалізації проектів можливо лише при збалансованості лідерства і менеджменту. У зв'язку з цим з позиції ефективного управління проектами становить інтерес розроблена Кеном Швабер і Джеффом Сазерлендом - Scrum методологія [5].

Вихідним початком її формування була виробнича система безперервного вдосконалення Toyota, створена Таїті Оно [4, с. 25-28], цикл OODA або петля Бойда, що включає в себе чотири складові (observe - спостерігати, orient - орієнтуватися, decide - вирішувати, act - діяти).

Концепція Scrum спочатку розглядалася як основа для проектування нових програмних продуктів для високотехнологічних галузей і була успішно використана керівниками проектів в Кремнієвій долині. В даний час вона отримала визнання і широко використовується не тільки компаніями США, а й іншими країнами.

Scrum було запущено під керівництвом Дж. Сазерленда в компанії Easel в 1993 році. Сама команда і керівництво компанії були вражені досягнутим результатом. У наступному Сазерленду траплялося бачити як високодисципліновані команди з допомогою Scrum підвищили свою продуктивність в 8 разів [3, с. 142].

Крім того при формуванні Scrum методології Сазерленд використовував положення «Маніфесту гнучкої методології розробки програмного забезпечення», прийнятого в 2001 році. Він проголошував такі цінності:

- люди важливіше процесів;
- фактична робота по створенню продукту важливіше документації,
- фіксувати, що і як треба робити;
- співпраця з замовником більш важлива ніж обговорення договору з ним;
- реакція на зміни важливіша ніж слідування попереднього плану.

На думку Сазерленда, командна динаміка добре виявляється тільки в невеликих групах. З точки зору організаційних аспектів реалізації Scrum методології, компанії важливо оволодіти основними прийомами побудови командної роботи, розробки сценаріїв вирішення проблеми, обґрунтування пріоритетів при виконанні робіт, виявлення чинників, що перешкоджають якісному та своєчасному їх виконанню, коригування ходу робіт і оцінки результатів [3].

Командно-проектна структура забезпечує концентрацію ресурсів і їх цілеспрямоване використання, дозволяє знижувати витрати коштів та часу, створюючи велику цінність для споживачів і додану вартість для компанії. Найбільш широко підхід групової динаміки використовується при створенні нових продуктів в рамках інноваційних проектів, в тому числі при проектуванні нових програмних продуктів [1, с. 243].

Успіх команди проекту визначається насамперед концентрацією уваги на досягненні поставленої мети і поетапним рухом по всьому циклу її досягнення. При цьому Сазерленд звертає увагу на базову помилку, що здійснюються багатьма розробниками проектів - уявлення про те, що можна все заздалегідь спланувати. Важливо ставити і виконувати завдання відповідно до пріоритетів, тобто в залежності від принесеної проекту цінності. У зв'язку з цим весь проект (повний цикл) в методології Scrum розбирається на короткі цикли - спринти.

Кожен спринт починається планом і закінчується оглядом завершеної роботи. Розбиття роботи на короткі часові рамки збільшує кількість готових задач які можна вчасно перевірити та адаптувати згідно до потреб "продакт оонера". Такі можливості спринтування та адаптації в кінці кожного спринту збільшують прозорість та забезпечують кращий результат [5].

Таким чином, методологія Scrum дає можливість організаціям безперервно вдосконалюватися, забезпечуючи високу результативність, базується на задоволеності споживачів, ділових партнерів і своїх співробітників. Методологія Scrum успішно реалізується не тільки зарубіжними компаніями. Її ідеї і організаційні механізми беруться на озброєння і українськими організаціями.

Література:

1. Анкона Д. Команды прорыва и лидерства в отрасли / Д. Анкона. // Минск: Гревцев Паблшер. – 2009. – С. 336.
2. Коттер Д. Суть перемен. Невыдуманные истории о том, как люди изменяют свои организации / Д. Коттер, Д. Коэн. – М.: ЗАО "Олимп-Бизнес", 2004. – 256 с.
3. Сазерленд Д. Scrum, Революционный метод управления проектами. / Дж Сазерленд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 288 с.
4. Оно Т. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства / Таити Оно. – М., 2008. – (Институт комплексных стратегических исследований.).
5. Scrum (software development) [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Scrum_\(software_development\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Scrum_(software_development)).

студентка 2 року навчання магістратури
факультету бізнесу та сфери обслуговування
Державного університету «Житомирська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н. В.О. Ткачук

УПРАВЛІННЯ ПРАЦЕЗДАТНІСТЮ УЧАСНИКІВ ТРУДОВИХ ПРОЦЕСІВ

Виконання будь-якої роботи протягом тривалого часу супроводжується стомленням організму, що виявляється у зниженні працездатності учасників трудових процесів. Тому з боку спеціалістів служб персоналу підприємств є доцільним проводити управління їх працездатністю.

Насамперед, для учасників трудових процесів має бути забезпечена раціональна організація робочих місць. Така організація повинна забезпечувати умови для високої продуктивності праці; передбачати раціональний трудовий процес, який економить робочий час і сили працівників, позбавляти їх від зайвих і незручних рухів і забезпечувати високу продуктивність праці і якість роботи; максимально скорочувати час на ручні прийоми та ін. У зв'язку з цим управління працездатністю учасників трудових процесів має стосуватися дотримання вимог раціональної організації робочих місць, а саме [2]:

- наявність достатнього робочого простору для здійснення трудової діяльності;
- наявність основного та допоміжного виробничого обладнання;
- забезпечення достатніх фізичних, зорових і вербальних зв'язків між працівниками;
- наявність зручних підходів до обладнання;
- дотримання техніки безпеки;
- проведення заходів, спрямованих на підтримку та відновлення тонусу працівника;
- відповідність нормам виробничого середовища (допустимий рівень шуму, забруднення повітря, температурного та вібраційного режимів та ін.).

Для розробки раціонального планування та організації робочих місць слід провести спостереження за всіма трудовими рухами працівників. Виявивши нераціональні трудові рухи та їх причини, необхідно розробити проект раціональних трудових процесів працівників і відповідно до цього розробити плани робочих місць, зафіксувавши їх у карті організації робочих місць на підприємстві.

Менеджеру з персоналу на підприємстві також необхідно звернути увагу на фізичні та соціальні умови праці, режим (час роботи і час перерв) і графік роботи працівників у структурних підрозділах. Зокрема, для відпочинку людини, яка зайнята в умовах потокового виробництва, коли в одному робочому режимі (монотонному) стомлюваність різко підвищується, знижується увага і можливі виробничі травми, велике значення мають перерви. Перерви дозволяють перепочити і суттєво відновити працездатність, що веде до підвищення продуктивності праці.

При складанні робочих графіків необхідно враховувати те, що: робота при двозмінному режимі повинна починатися не раніше 6-ї години (перша зміна), а закінчуватися не пізніше 24-ї за місцевим часом (друга зміна); тривалість щоденного відпочинку має бути не менше подвійної тривалості часу роботи, що передувала відпочинку; на змінних роботах при нерівній тривалості щотижневого відпочинку більш тривалий відпочинок доцільно надавати перед нічною зміною чи одразу після неї; час роботи і відпочинку мають чергуватися регулярно й рівномірно; графік виходу на роботу має створювати умови для найбільш корисного використання неробочого часу; графіки змінності, в яких тривалість робочих змін і відпочинку має відхилення від нормальної, мають передбачати в межах робочого місяця надання додаткових днів відпочинку й відпрацювання; при дво- і тризмінних роботах переходи з однієї зміни в іншу мають відбуватися не частіше ніж через 5–6 днів.

Звичайно, управляючи умовами праці, необхідно орієнтуватися за забезпечення найбільш оптимальних параметрів праці, тобто таких умов, за яких зберігається не лише здоров'я працівників, а й створюються передумови для підтримання високого рівня працездатності. Оптимальні гігієнічні нормативи виробничих факторів встановлені для мікроклімату і факторів трудових процесів на підприємстві. Для інших факторів за оптимальні умовно приймаються такі умови праці, за яких несприятливі фактори виробничого середовища не перевищують рівнів, прийнятих за безпечні для працівників [1, с. 95].

Отже, у зв'язку з виникненням загальної втоми в учасників трудових процесів, зайнятих в умовах потокового (конвеєрного) виробництва, коли в монотонному робочому режимі послаблюється концентрація на предметі праці та можливі виробничі травми, яка прямо позначається на рівні працездатності працівників і суттєво знижує продуктивність праці на робочих місцях, спеціалісти служб персоналу підприємств мають займатися управлінням працездатністю.

Управління працездатністю учасників трудових процесів має охоплювати такі напрями роботи менеджерів з персоналу, як: забезпечення раціональної організації робочих місць, забезпечення відповідних фізичних і соціальних умов праці, встановлення ефективного режиму праці та відпочинку (перерв) і складання закономірних графіків роботи працівників. За таких умов підприємство зможе розраховувати на рівну працездатність людей протягом робочого дня (тижня, місяця, року).

Література:

1. Лисюк М. Умови праці на робочих місцях та їх атестація / М. Лисюк // Довідник кадровика. – 2007. – №8. – С. 94–100.

2. Марчук А.О. Менеджмент сприятливих умов праці людини як головна функція психології праці / А.О. Марчук, М.Д. Прищак [Електронний ресурс] // Матеріали XLV Науково-технічної конференції ВНТУ, Вінниця, 23–24 березня 2016 р. – 2016. – Режим доступу: <http://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-hum/all-hum-2016/paper/view/918>. – Дата звертання: 17.10.19.

НГУЄН Х.Т.,

студентка 2 курсу магістратури кафедри економіки і менеджменту
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г. О. Сукрушева

СУТНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ В СУЧАСНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Планування є визначальною функцією менеджменту. Без планування неможливе управління більшістю процесів дослідження і технологічних змін, розроблення нових продуктів, формування конкурентних переваг і напрямів збутової діяльності, впровадження необхідних для постачальників стандартів, адаптації до потреб ринку та мінімізації ризиків, розвитку підприємства в цілому. Об'єктивна необхідність планування зумовлюється умовами жорсткої конкуренції, постійними змінами економічного середовища і ринкової ситуації. Включення планування до складу стандартних маркетингових заходів дає змогу підприємству своєчасно адаптуватися до умов зовнішнього середовища, розширити власні можливості в динамічному оточенні підприємництва, забезпечити і підтримувати конкурентні переваги на своїх ринках.

На думку Сумець О. М. система планування – це сукупність структурних елементів, які забезпечують планову діяльність та її результати у вигляді планів різних типів та планових показників [2].

Редькін О.С. наводить таке визначення: система планування - це цілеорієнтована взаємозв'язана сукупність процесів планування, доповнена виконанням функцій контролю. Це визначення є більш повним, оскільки включає в себе не тільки планування як процес, а й доповнює його елементами контролю [2].

Планування добре працює в умовах стабільної, чіткої, сформованої і прогнозованої середовища. В цьому випадку планування дозволяє заздалегідь передбачити всі основні майбутні події і вчасно прийняти всі корисні заходи, включаючи ефективне розміщення і використання ресурсів.

Однак планування може використовуватися не тільки в умовах стабільної, чіткої і передбачуваної середовища, але і в умовах турбулентної, нечіткої і погано прогнозованої середовища, характерною для сьогоденної ринкової економіки. Тому в сучасних умовах конкурентної боротьби, слабкою визначеності змін факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, реалізація керівником компанії функції планування набуває актуальності і важливості, оскільки:

- 1) дозволяє більш ясно розуміти довгострокові завдання і пріоритети;
- 2) отримувати певну орієнтацію в господарському світі зв'язку з наявністю довгострокових інтересів;
- 3) дає можливість оцінювати потреби ринків, а також їх динаміку в перспективі;

- 4) надає компанії можливість готуватися до використання майбутніх сприятливих умов ведення комерційної діяльності;
- 5) стимулює і керує персоналом до реалізації своїх цілей в подальшій роботі;
- 6) сприяє більш раціональному розподілу ресурсів підприємства;
- 7) формує відповідальність і обов'язки кожного працівника організації, підвищує ефективність внутрішнього контролю [3].

Отже, планування полягає у конкретизації та обґрунтуванні цілей і завдань діяльності та розвитку підприємства в плановому періоді, виборі ресурсів, способів і засобів, необхідних для їхнього досягнення та отримання бажаних кінцевих результатів.

Сутність планування проявляється в таких аспектах:

1) Вихідна базисна передумова планування - необхідність рентабельного функціонування підприємства, тобто можливість забезпечити надходження прибутку, достатнього для задоволення зацікавлених в результатах роботи підприємства групи осіб.

2) Планування - це діяльність, яка здійснюється сьогодні. Тому існує ймовірність помилки через невизначеність зовнішнього середовища. Проте планування дозволяє зменшити невизначеність майбутнього і забезпечити ефективне функціонування і розвиток підприємства [4].

Отже, планування – це визначення системи цілей функціонування і розвитку підприємства, шляхів і засобів їх досягнення. Будь-яка організація не може обходитися без планування, оскільки необхідно ухвалювати управлінські рішення щодо розподілу ресурсів, координації діяльності між окремими підрозділами та зовнішнім середовищем (ринком), створення ефективної внутрішньої структури, контролю за діяльністю, розвитку організації в майбутньому. Планування встановлює чітку мету і спосіб її реалізації, дає змогу контролювати ситуацію, уникати поспішності й запізнення в рішеннях, забезпечує своєчасність їх прийняття. В процесі планування визначається система цілей, здійснюється поєднання (координація) цілей і засобів їх досягнення, існуючої системи функціонування підприємства з його майбутнім розвитком.

Література:

1. Сумець О.М. *Стратегічний менеджмент: навч. посіб.* / О.М. Сумець, М.І. Бондаренко. – К.: Хай-Тек Прес, 2010. – 240 с.
2. Редькін О.С. *Сучасні стратегії та технології корпоративного управління* / О.С. Редькін, В. Реген, Н.А. Хрущ. – Одеса: «Евен», 2004. – 216 с.
3. Кахович Е.А., Кахович Ю.А. *Стратегічне планування та управління в роботі юридичних служб суб'єктів господарювання* / Е.А. Кахович, Ю.А. Кахович // *Облікові записи Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Юридичні науки.* - 2014. - № 1. - 113 с.
4. Пасічник В. Г. *Планування діяльності підприємства: Навч. посіб.* / В. Г. Пасічник, О. В. Акіліна. - К.: Центр навчальної літератури, 2005 - 255 с.

ОНИЩЕНКО М.Л.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри управління
Сумського державного університету

ДУТЧЕНКО О.О.,

к.е.н, старший викладач кафедри бухгалтерського обліку та оподаткування
Сумського державного університету

АВРАМЕНКО А.Ю.,

студентка 2 курсу магістратури Інституту ФЕМ ім. О. Балацького
Сумського державного університету

СОЦІАЛЬНЕ ПРОЕКТУВАННЯ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ

Важливим аспектом національної економіки України є соціальна сфера, що є складною та динамічною системою, яка показує кількість і якість змін, що відбуваються на даний час. Але, сьогодні вона показує низький рівень свого існування.

Соціально-економічна система, а саме її розвиток та зростання економіки, тісно пов'язані з розв'язанням соціальних проблем суспільства. Кризові явища в економіці країни негативно впливають

на її розвиток та знижують ефективність функціонування соціальної сфери. Оскільки, соціальна сфера є невід'ємною складовою суспільства, яка сприяє розвитку людини та формує певний рівень людського життя, вона повинна бути завжди в полі зору влади та наукових досліджень.

Науковці, які працюють у сфері економіки, соціології, філософії до несприятливих передумов розвитку соціальної сфери відносять:

- 1) зменшення ВВП на душу населення;
- 2) наявність істотних реальних диференціацій у рівні життя населення, у просторово-територіальному аспекті;
- 3) великі обсяги тінізації ринку праці, зайнятості, доходів і витрат населення;
- 4) високий рівень корупції в освітній, культурній сферах, житлово-комунальному господарстві та системі надання державних соціальних послуг;
- 5) нераціональність структури доходів та витрат населення, низький рівень державного фінансування підтримки та розвитку соціальної сфери;
- 6) зменшення очікуваної тривалості життя, зменшення чисельності населення, звуження освітнього потенціалу;
- 7) погіршення стану розвитку та якості функціонування об'єктів соціальної та житлово-комунальної інфраструктури.

Одним за шляхів вирішення проблем можуть стати розробка і впровадження соціальних проектів в умовах децентралізації влади.

Соціальний проект – це сконструйоване ініціатором проекту соціальне нововведення, метою якого є створення, модернізація або підтримання в середовищі, що змінюється, матеріальної або духовної цінності. Нововведення мусить мати просторово-часові кордони, а його вплив на людей – визнаватися позитивним за соціальним значенням [1, 2].

Для впровадження соціальних проектів в Україні існує ряд сприятливих передумов, а саме:

- 1) наявність мережі об'єктів університетської інфраструктури освіти, охорони здоров'я, культури, соціального забезпечення, громадського харчування, транспорту і зв'язку;
- 2) присутність інтелектуального та кадрового, освітнього й науково-дослідного потенціалу розвитку соціальної сфери;
- 3) зменшення офіційного розриву між суспільством соціального класу багатого і бідного населення, зокрема у територіальних аспектах;

Соціальні проекти можуть бути спрямовані на розвиток соціальності суб'єкта (особистості, групи) на створенні умов, самореалізації особистості в основних сферах життєдіяльності, забезпечення сприятливих умов для соціалізації особистості в різних сферах соціального середовища, вирішення чи мінімізацію несприятливих умов соціалізації особистості [3].

Соціальне проектування надає послуги для всіх видів діяльності суспільства, однак лише за режимом підходу оптимального створення проекту суспільних процесів і явищ, які дійсно можливі. У такому разі полягає важливість соціального проектування, через те, що воно охоплює всі різновиди суспільних життєвих функцій на різних їх рівнях: організації, міста, області, району, країни в цілому [4].

Соціальне проектування можна розглядати як прогресивне явище. Що забезпечує: реалізацію ідей, зусиль і ресурсів направлених на конкретно визначену цільову групу; локалізацію діяльності у визначених часових і географічних межах; використання специфічних методів застосування відповідно до особливостей цільових груп; переважну орієнтацію на результати, що можливо виміряти об'єктивно.

Наявність чіткої та зрозумілої типології соціальних проектів дасть можливість організувати правильне управління ними та досягти бажаних результатів.

Література:

1. Тюптя Л.Т. Соціальна робота: теорія і практика : Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. / Л.Т.Тюптя, І.Б.Іванова. - К.: Знання, 2008. – 574 с.
2. Шкуро В. Типологія соціальних проектів / В. Шкуро // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Психологія. Педагогіка. Соціальна робота. - 2012. - Вип. 6. [Електронний ресурс] – режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vknppscr_2012_6_28
3. Краснова, Н. П. Соціалізація особистості : навч.-метод. посіб. до семінар. занять і самост. роботи для студ. спец. "Соц. робота" / Н. П. Краснова ; Л. П. Харченко, В. М. Пігіда; М-во освіти і науки України [та ін.]. – Луганськ : Вид-во ЛНУ ім. Тараса Шевченка, 2010. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://dspace.ltsu.org/handle/123456789/525>
4. Дворецька Г.В. Соціологія: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2002. – 472 с.

КРИТЕРІЇ ОЦІНКИ СИСТЕМНОЇ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ

В сучасних умовах соціально-економічного розвитку українського суспільства особливо важливою є проблема визначення критеріїв та показників системної якості управлінської діяльності. Управлінський ресурс стає все більш професійним, але умови досягнення цієї професійності управлінської праці мають багато досить сумнівних підходів щодо системного визначення її ефективності та результативності. Досить часто управлінську діяльність ототожнюють з економічною діяльністю, показники якої є базовими та необхідними для розуміння ефективності та результативності професійної системи менеджменту, але вони не є достатніми для визначення системної якості управлінської діяльності. Професійний менеджмент має свою наукову, аналітичну та практичну базу знань, яка є основою для визначення характерних особливостей саме управлінської діяльності та визначення критеріїв оцінки її системної якості [4, с. 29-31]. В той же час, необхідно особливо зауважити, що операційна і маркетингова складова менеджменту, діяльність щодо розвитку персонал-технологій та деякі інші структурно-функціональні специфічні види управлінської праці не будуть мати ніякого сенсу, якщо не буде позитивних результатів економічної, технологічної, інноваційної та інших ринкових напрямків діяльності певних організаційних побудов. Менеджмент має основне завдання – це управлінський супровід усіх процесів організації та досягнення позитивної результативності цих дій. Враховуючи ці обставини, визначимо деякі особливості щодо системної якості діяльності професійного менеджменту.

Перше. Для управлінської діяльності важливо розрізняти категорії «ефективність» і «результативність», які є складовими у розумінні концепції системної та інтегральної якості менеджменту [3, с. 127]. Ефективність, як професійний потенціал, є основою для досягнення практичної результативності (конкретні стратегічні та тактичні показники бізнес-плану організації). Менеджмент, який не дає практичний результат в будь-якій організації не потрібен, його необхідно якісно і структурно-функціонально змінити. Професійний менеджмент і результат діяльності – це системно пов'язані поняття. Ефективність професійного менеджменту повинна бути адаптована під реальні процеси соціально-економічного розвитку сучасного суспільства, що визначає певну специфічність управлінської освіти та професійної підготовки діючих управлінських кадрів.

Друге. Ефективна і результативна діяльність менеджменту стає неможливою без постійної підтримки з боку фундаментальної і, частково, прикладної управлінської науки, яку, також, важливо не ототожнювати з економічною наукою. Сучасні інноваційні процеси соціально-економічного розвитку суспільства базуються на розвитку фундаментальної науки та її міждисциплінарної характеристики розвитку [4, с. 20]. Крім того деякі досить популярні методи менеджменту зараз потрібно використовувати досить обережно, оскільки вони можуть привести до негативних результатів (наприклад, бенчмаркінг) і активно гальмувати процес пошуку радикальних інновацій [1, с. 9]. Різноманітні дискусії щодо фундаментального розвитку управлінської науки, або її розгляд як комплексної науки, яка не має взагалі статусу окремої науки – все це не є перспективним напрямком цих дискусій. Менеджмент є наукою, яку потрібно розвивати, менеджмент є професією, якій потрібно навчатися, а також, сучасний практичний менеджмент потребує системної інноваційної трансформації.

Третє. Якісні критерії оцінки професійної системи менеджменту з позицій відокремлення процесів досягнення необхідної та достатньої ефективності і результативності діяльності та їх постійного системного інтегрального поєднання з метою визначення їх взаємної адаптованості, доводить необхідність визначення якісних і кількісних показників цих процесів [3, с. 128-129]. Специфічність процесів ефективності і результативності діяльності професійної системи менеджменту потребує якісного розвитку механізму професіоналізації управлінської діяльності в Україні на усіх його структурних рівнях [2, с. 109-111, 150-156]. Успіх цієї складної роботи не може бути досягнутим без системної взаємодії науки, освіти і практики. А саме ця взаємодія, також, за умови законодавчої підтримки держави, створює можливості формування інноваційної економіки з елементами, характерними для цифрової епохи та процесів технологічної сингулярності.

Література:

1. Блуммарт Т. Четвертая промышленная революция и бизнес: Как конкурировать и развиваться в эпоху сингулярности / Тью Блуммарт, Стефан ван ден Брук при участии Эрика Колтофа; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 204 с.
2. Кузнецов Е.А. Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні. Монографія / Е.А. Кузнецов. – Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2017. – 382 с.
3. Кузнецов Е.А. Концепція інтегральної якості професійної системи менеджменту / Е.А. Кузнецов; Вісник Одеського національного університету. Том 23. Випуск 7(72). Економіка – Одеса, 2018. – С. 126-130.
4. Шваб К. Четвертая промышленная революция: перевод с английского / Клаус Шваб. – М.: Издательство «Э», 2018. – 208 с.

ПЕТРИШЕН Ю.І.,

студент 2 курсу магістратури економічного факультету
Подільського державного аграрно-технічного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Т.В. Гоголь

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

Нечувані темпи руху капіталу призводять до високої динамічності робочої сили, для якої обмеження на кордонах надалі не відіграватимуть суттєвої ролі. Ці два чинники визначатимуть існування щонайменше і двох кардинальних проблем: занепаду регіонів з традиційною (недиференційованою) структурою виробництва та сільських територій, що в обставинах переходу до неоліберальної моделі розвитку і посилення глобальної конкуренції, передусім з боку “нових лідерів” (Індія, Китай), у галузях металургії, хімічної, легкої та харчової промисловості можуть виявити неготовність до відстоювання тих соціальних пріоритетів, які ще у 80-х роках ХХ ст. вважалися досягнутими. Тенденція до скорочення зайнятості в аграрному виробництві характерна для всіх країн світу.

Сучасні тенденції розвитку сільських територій України характеризуються тим, що біля 3745 тис. сільських жителів працездатного віку, або більше третини є незайнятими, тобто не працюють як наймані особи, не мають власної справи та не виробляють товарної продукції в особистих селянських господарствах [6].

Як зазначається в аналітичній доповіді Національного інституту стратегічних досліджень, характер українського безробіття нетиповий для країн з ринковою економікою. Після трансформаційної кризи особливу гостроту отримала проблема безробіття в економічно найменш розвинених частинах країни, де можливості забезпечення зайнятості були обмежені. Нарешті, ситуація на ринку праці помітно ускладнювалася територіальною ізольованістю низки регіонів. Відповідно у відносно кращому становищі знаходилися регіони, багаті на природні ресурси, з диференційованою структурою виробництва і сприятливими умовами для розвитку третинного сектору (торгівлі, фінансових послуг тощо)[5, с.14].

Сучасні тенденції розвитку сільських територій України відбуваються у напрямі звуження сфери прикладання праці та невідповідності професійно-кваліфікованої якості робітників потребам роботодавців, зростання безробіття. Проблема диференціації сфер зайнятості сільських мешканців особливо актуальна в регіонах України з високою часткою селян. Зокрема, на території трьох областей Карпатського регіону: Закарпатській, Чернівецькій та Івано-Франківській, відповідно, 63%, 56,9% і 56,2% , також Рівненській (52,5%), Тернопільській (55,3%) областей частки сільського населення є найвищими по Україні. Враховуючи високу частку сільських мешканців у структурі населення Карпатського регіону і вищу середньої по Україні частку зайнятого населення у сільському господарстві, частка населення зайнятого у сільському господарстві змінюється у Карпатському регіоні в межах 40-46 % [4, с.342].

Узагальнення результатів обстежень економічної активності сільського населення за останні роки минулого століття (проведених Державним комітетом статистики України) дозволяє зробити висновок, що сільська місцевість України має досить обмежені можливості щодо забезпечення власного населення додатковою, крім сільськогосподарського виробництва, та й то з певними обмеженнями, роботою. Незважаючи на те, що у сільській місцевості серед зайнятого економічною діяльністю населення, частка осіб, які мали додаткову роботу, у 12 разів перевищує аналогічний показник по місту, основним джерелом додаткової роботи для сільських жителів виступає

самозайнятість, переважно в особистому підсобному сільському господарстві майже 97%. В той же час у місті понад 50% населення, яке має додаткову роботу, знаходить її в оптовій та роздрібній торгівлі, будівництві, освіті та охороні здоров'я. Пов'язано це, головним чином, з активністю платоспроможного попиту, який у містах виявляється значно вищим, ніж у сільській місцевості. Саме цей чинник виступає пріоритетним при визначенні вектора руху сфери прикладання праці.

Усе це дає підставу віднести питання структурних змін на ринку праці як в даному часі, так і в прогностичному періоді до гострих складних і невідкладних завдань для всіх без винятку органів державної влади на макроекономічному та регіональному рівнях.

Результати проведених досліджень вказують на те, що механізм розширення зайнятості населення в сільській місцевості доцільно розглядати з виділенням таких блоків як збереження неповної та інтервенційної зайнятості з врахуванням часткової державної компенсації; перекваліфікація та працевлаштування на нові робочі місця; працевлаштування через державну службу зайнятості на вільні, новостворені робочі місця і сезонні роботи; участь у громадських роботах; ефективне використання вакантних робочих місць на селі в плані їх потенційної привабливості та здатності у найближчій перспективі забезпечити продуктивну зайнятість безробітного населення.

Література:

1. Гоголь Т.В. Механізми державного гарантування зайнятості населення сільських територій. Державне управління та місцеве самоврядування. Дніпропетровськ: Видавництво ДРІ НАДУ, 2011. - № 3 (10).
2. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Конвенція про сприяння зайнятості та захист від безробіття № 168 / Міжнародна організація праці; Конвенція, Міжнародний документ від 21.06.1988 р. № 168. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/>.
4. Притула Х.М., Крупін В.Є. Сучасні тенденції розвитку сільських територій України та економічно розвинених країн: порівняльний аналіз. Науковий вісник НЛТУ України. 2010. - Вип. 20.11. - С. 335-345.
5. Системні вади ринку праці України та пріоритети його реформування: аналітична доповідь / За ред. Я.А.Жаліла. Київ: НІСД, 2010. - 47 с.
6. Статистичний щорічник України за 2016 рік : статистичний збірник / за ред. І. Є. Вернера; Держ. служ. статистики України. Київ, 2017. - 611 с.

ПЕТРУК Т.,

студентка 4 курсу факультету економіки, менеджменту та психології
Київського національного торговельно-економічного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент І.П. Миколайчук

КРОС-КУЛЬТУРНІ СТЕРЕОТИПИ ПОВЕДІНКИ ПЕРСОНАЛУ: СУТНІСТЬ ТА ЗАСТОСУВАННЯ В УПРАВЛІННІ

Одним з суттєвих чинників нинішніх глибинних загальноцивілізаційних зсувів і викликів є кроскультурна (міжкультурна, мультикультурна) взаємодія представників-носіїв різних світових культур, релігій, ментальності, що виникла ще у стародавньому світі. Зміни в життєдіяльності суспільства в останні 20 років викликали поглиблення потреби у міжкультурному спілкуванні та появу стереотипів, що набувають для України особливого значення в контексті реалізації євроінтеграційного курсу, що обумовлює актуальність дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування ролі крос-культурних стереотипів у поведінці персоналу та виокремлення їх найбільш вагомих характеристик.

У період економічної кризи, соціальної невизначеності, ідеологічного розшарування, значної кількості різноманітних, навіть полярних, думок відносно різних аспектів існування та розвитку України, почастішали дискусії про немовби наявні відмінності між жителями різних країн, а також Заходу, Півночі, Півдня і Сходу України. У буденній свідомості громадян є досить сталими асоціації місця проживання людини з певною політичною та ідеологічною спрямованістю та, навіть, певним набором рис характеру, цінностей, особливостей її поведінки. Вперше поняття стереотипу у соціальних науках застосував У.Ліппман ще у 1922 р., який вважав, що воно ґрунтується на сприйнятті та обробці інформації про соціальний світ, на тому, наскільки ці процеси отримали соціальне закріплення, будучи певною вигадкою, фікцією, яка допомагає пояснити навколишній світ [2, с.12].

Крос-культурний (міжкультурний, етнічний) стереотип – це відносно стійкі уявлення про моральні, розумові та фізичні якості, що властиві представникам тих чи інших спільнот [3]. При цьому

вони з легкістю переносяться на роботу персоналу та формування організаційної культури організацій. Наприклад, етнічні стереотипи можуть стати перешкодами у переговорних процесах та роботі працівників. Як зазначають дослідники, англійці взагалі не розуміють, як можна управляти проектною групою, оскільки постійно сподіваються на вдалий збіг обставин; французи постійно намагаються посилити свій вплив, не дбаючи про добробут своїх співробітників; німці часто не володіють інформацією про реальну ситуацію на ринку. У розумінні слов'ян естонці говорять і роблять усе вкрай повільно, а для естонців інші європейці здаються занадто метушливими. На думку французів, бельгійці не розуміють гумору, швейцарці – обмежені, жадібні та прагматичні педанти, італійці – любителі сказати неправду, турки фізично міцні, англійці егоїстичні, німці занадто дисципліновані та агресивні тощо [2, с.109]. Приклади основних характеристик та стереотипів поведінки працівників різних країн було зведено в табл.1.

Таблиця 1

Основні характеристики поведінки персоналу різних країн

№ пор	Країна	Характерні риси поведінки працівника
1.	Велико-британія	Ерудована людина, в якій поєднані висока професійна підготовка та своєрідний політичний інфантілізм. Загальнолюдські якості мають вирішальне значення. Він має широке коло інтересів, пов'язаних не тільки з економікою, а й зі літературою, мистецтвом. Не категоричний, стриманий, любить помовчати.
2.	США	Енергійний, налаштований на інтенсивну працю. Самостійний, незалежний, не дріб'язковий і не педантичний, береже час і цінує пунктуальність. Цінує в інших чесність і відвертість. Швидко переходить до суті розмови та не марнує час на умовності. Не схвалить будь-які зауваження на адресу чогось «американського».
3.	Франція	Ввічливий, але швидко стає фамільярним. Галантний, стильний, скептичний та практичний, вигадливий та винахідливий та великодушний, не ризиковий, може перебивати, висловлювати критичні зауваження.
4.	Німеччина	Чесний, домовитий, скромний, розсудливий, стійко переносить труднощі. З іноземцями він залишається у холодно-ввічливих стосунках. Найбільш виражені риси – акуратність і бажання все впорядкувати.
5.	Японія	Працелюбний, акуратний, заощадливий, ввічливий, дисциплінований. Має почуття відповідальності, шанування традицій та авторитетів, схильність до узгодження дій у групі. Допитливий, має розвинене почуття прекрасного.
6.	Китай	Тяжє до суворих норм та правил. Дотримується певного розпорядку дня. Одночасно веселий, душевний та вдумливий. Гостинний. Поєднує східний незворушний спокій із західним, кон'юнктурним, раціональним.
7.	Арабські країни	Прихильний до групової дисципліни, вмє знаходити компроміси, уникати крайнощів, честолюбний. Побоюється думки оточення. Гостинний та ввічливий, не допускає фамільярності. Непунктуальний, лінивий, шанує релігійні традиції.

Джерело: складено за [1–3].

Різноманітність культур, національностей, релігій, що сповідують чи до яких відносяться працівники у кожній компанії, змушує керівників звертати увагу та вирішення труднощів крос-культурного характеру. Запровадження цієї практики на низових рівнях управління матиме позитивні результати, оскільки культурні та соціальні уподобання працівників впливають на такі показники [1, с.223]: ставлення працівника до місця роботи та компанії; характер та ефективність взаємодії співробітників; роль мотивації для співробітника; результативність підходів, що використовує керівництво.

Отже, дослідження і вивчення крос-культурних комунікацій і стереотипів є дуже важливим завданням вітчизняних керівників, адже вмє їх використання допоможе досягненню поставлених цілей та покращенню ділових комунікацій.

Література:

1. Деякі аспекти крос-культурної комунікації / О. О. Байбакова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – Ужгород: ВЦ «Говерла», 2014. – Вип. 34. – С. 223–225.
2. Етичні підстави крос-культурних комунікацій в умовах глобалізації / І. Петрова, Ф.Чанхуєва // Економічний часопис. – 2011. – № 22. – С. 108–117.
3. Мова і міжкультурна комунікація: навч. посіб. / В. М. Манакін. – К.: ВЦ «Академія», 2012. – 288 с.

МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ БАНКІВСЬКОЇ УСТАНОВИ

З посиленням ринкових трансформацій в Україні, управління трудовими ресурсами виступає на перший план в усіх галузях економіки, у тому числі й у банківській сфері. Одним із головних елементів управління трудовими ресурсами є мотивація праці, яка є фактором розвитку банку, тобто виступає важелем ефективності роботи працівників та підвищення якості надання послуг.

Мотивація – це засіб забезпечення матеріальних потреб і посилення матеріальної зацікавленості працюючих у залежності від результатів їх колективної та індивідуальної праці через систему законодавчих, нормативних, економічних, соціальних та організаційних чинників і заходів, пов'язаних із виробничою, підприємницькою, торгівельною або комерційною діяльністю [1, с. 316]. Головними елементами мотивації є стимули та мотиви. Під визначенням стимулу розуміємо зовнішній спонукальний стимул, тобто певну винагороду, наприклад заробітна плата або премія. Внутрішньою спонукальною силою виступає мотив, який може проявлятися у різних формах, таких як зацікавленість, орієнтація, мета, бажання.

Функція мотивації полягає у спонуканні до виконання необхідних завдань та досягнення поставленої мети. В основі поведінки персоналу лежать особисті мотиви, тому головне завдання керівництва банку полягає в активізації внутрішнього спонукання співробітників банку до активної трудової діяльності. До таких видів спонукання належать зацікавленість у роботі, потреба в активній діяльності, задоволення від праці, атмосфера позитивної мотивації у трудовому колективі [2, с. 81].

Методи мотивації праці поділяють на організаційно-розпорядчі, соціально-психологічні та економічні (матеріальні).

Організаційно-розпорядчі – це методи мотивації, які базуються на справедливому нормуванні праці, змушенні до виконання діяльності та створенні сприятливих умов праці.

Соціально-психологічні – це методи, які спрямовані на нематеріальне заохочення, що сприяє підвищенню інтересу персоналу до праці. Такі методи використовуються для встановлення сприятливого психологічного клімату в колективі, тобто виступають регулятором поведінки працівника як індивіда та міжособових, етичних, ідеологічних відносин у колективі.

Економічні (матеріальні) методи займають головне місце серед методів впливу на трудову діяльність банківського персоналу. Економічні методи – це певна система стимулів та мотивів, що спонукають всіх працівників до ефективної трудової діяльності для досягнення економічних результатів банку. Економічний метод мотивування трудової діяльності персоналу банківської установи включає в себе заробітну плату, преміювання, що дають змогу контролювати матеріальні інтереси персоналу банку, забезпечувати зростання його іміджу та прибутку.

Окрім економічних методів мотивації праці, для банківського персоналу є важливим кар'єрне зростання. Структура системи мотивації банківського персоналу представлена на рис. 1.

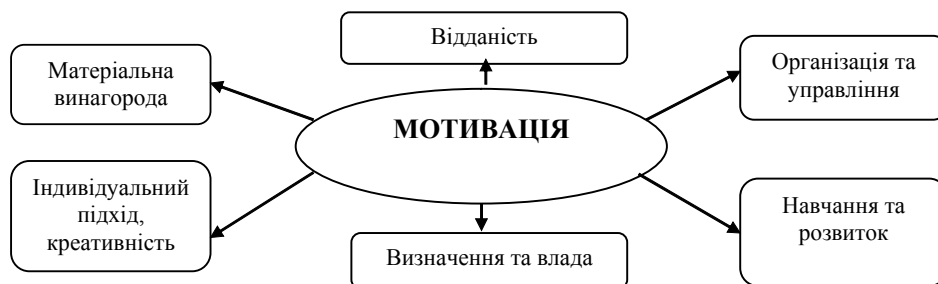


Рис. 1 Структура системи мотивації банківського персоналу

Джерело: складено автором на основі даних [3, с. 287]

На нашу думку, значною проблемою у системі мотивації праці банківського персоналу виступає відсутність індивідуального підходу до винагороди працівників, яка є основою мотивації праці як матеріальної, так і нематеріальної. Більшість банківських працівників високорозвинених країн світу, із

високим рівнем життя надають перевагу нематеріальній мотивації праці. Працівники, які обирають економічний метод мотивації праці мають на меті отримати джерело задоволення власних матеріальних потреб, тому даний метод є актуальним в реаліях України.

У сучасних умовах розвитку банківського сектору основними елементами здійснення ефективної мотивації праці повинно бути:

- стимулювання персоналу (поєднання матеріальної та нематеріальної мотивації);
- визнання вкладу працівника в результати роботи, надання при цьому йому відповідного статусу;
- забезпечення кваліфікаційного навчання персоналу відповідно до новітніх стандартів;
- підтримання відповідного морально-психологічного клімату в колективі;
- визначення чітких цілей та пріоритетів, які б забезпечили безперервний процес мотивації праці.

Отже, мотивація праці банківського персоналу виступає головним репутаційним, економічним та соціальним важелем, який безпосередньо впливає на результативність праці, кількість та якість надання послуг, конкурентоспроможність банку на ринку.

Література:

1. Овсяк Н.В. Мотивація та стимулювання праці: сутність понять та відображення їх в обліку / Н.В. Овсяк // *Інноваційна економіка*. – 2014. – № 4. – С. 314-318.
2. Данилевич Н.С. Особливості мотивації працівників банку / Н.С. Данилевич, Н.П. Желтова // *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. – 2013. – № 1. – С. 80-85.
3. Посмітна М.В. Проблеми трудової мотивації співробітників банку / М.В. Посмітна // *Вісник соціально-економічних досліджень*. – 2012. – № 2 (45). – С. 286-289.

ПОБЕРЕЖНИК І.,

студентка факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент С.М. Макаренко

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Реалізація завдань перманентного розвитку підприємства потребує постійного вдосконалення способів та методів виконання усього масиву операцій, що здійснюються його працівниками. Це неможливо робити без накопичення нових знань та їх втілення у конкретні програми й проекти, що стають реальністю завдяки організаційним здібностям висококваліфікованого персоналу, його інтелектуальній активності. Управління розвитком персоналу підприємства слід розглядати як складну систему взаємоузгоджених дій, напрями яких підкоряються загальній меті – забезпечення ефективної діяльності підприємства і його поступального, динамічного кількісного зростання на основі цілеспрямованих і якісних змін. Виходячи з цього, професійний розвиток персоналу не тільки має підтримувати ефективне функціонування усіх напрямів виробничої та інноваційної діяльності підприємства, а й створювати передумови для генерування і вирішення нових високотехнологічних виробничих завдань на основі опанування персоналом нових знань, вмінь і навичок [4].

А. Деркач [1] зазначив, що успішність фахівця визначається сукупністю спеціальних, загальноспеціальних, загальнопрофесійних, загальноосвітніх знань й умінь, а також відповідністю особистості вимогам до психічних, психофізіологічних, соціально-психологічних якостей майбутніх фахівців.

Ми погоджуємося з авторами [5], що однією з умов формування конкурентоспроможних трудових ресурсів на відповідному сегменті ринку є усвідомлення майбутніми фахівцями необхідності постійної підтримки та розвитку індивідуальних професійних здібностей. Спеціалізована робоча сила в умовах роботизації виробничих процесів має величезне значення, проте, на жаль, на спеціалізовану освіту в Україні майже не звертають уваги, незважаючи на рівень та якість її здобуття. Часто можна спостерігати працівників, які, займаючи посади менеджерів за відповідними напрямами господарської діяльності, не мають якісної освіти та не проходять курси підвищення професійних компетенцій за визначеним видом економічної діяльності.

За поглядами автора [2] основною умовою успішної професійної кар'єри є правильний вибір професії. Вирішення цієї проблеми ґрунтується на аналізі декількох факторів, а саме: потрібно добре

знати світ професій і вимог, що пред'являються до людини, яка виконує ту чи іншу роботу; потрібно правильно визначити свої інтереси і схильності, оцінити свої можливості, стан здоров'я, здібності і відповідність вимогам обраної професії; потрібно вивчити стан ринку праці, його потреби і регіональні особливості; потрібно виходити з реальних можливостей отримання освіти, перенавчання та підвищення кваліфікації. Проведення зазначеного аналізу дозволить обрати потрібну професію, намітити свій професійний маршрут і вибрати індивідуальний шлях для досягнення поставленої мети.

Розвиток персоналу передбачає значний комплекс заходів стратегічного характеру, який дозволяє перетворити працівників суб'єкта господарювання, його людські ресурси в провідні активи – людський капітал, який складно або взагалі неможливо скопіювати конкурентам. Однак очікуване перетворення можливе лише у тому випадку, коли працівники отримують необхідні компетенції. Компетенція є основною професійною характеристикою працівника, яка визначає його результативні та ефективні дії в ситуаціях, що стосуються його професійної діяльності [3].

Здійснивши аналіз систем розвитку та мотивації персоналу на ТОВ «СМК СТРОЙ» (м. Херсон) було встановлено, що на підприємстві постійно виникає незадоволення серед працівників рівнем заробітної плати, що, як наслідок, не лише не приносить працівникам задоволення від виконання покладених функціональних обов'язків, а й не стимулює до оновлення знань і отримання нових компетенцій. В основу системи мотивації персоналу досліджуваного підприємства потрібно покласти систему окладів, що буде розроблена на основі експертних оцінок посад за заздалегідь визначеними факторами. Виявлено, що внаслідок реалізації проекту щодо впровадження гнучкого робочого графіку, приведення системи мотивації до рівня, який забезпечує максимальну самомотивацію співробітників до підвищення ефективності їх діяльності, а також забезпечення перманентного навчання працівників, керівництво ТОВ «СМК СТРОЙ» за підсумками року зможе отримати додатковий фінансовий результат у розмірі 68,2 тис. грн.

Література:

1. Деркач А. А. *Психология развития профессионала: учебное пособие* / А. А. Деркач, В. Г. Зазыкин, А. К. Маркова. - М.: Наука, 2000. - 569 с.
2. *Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах: монографія* / В. Т. Лозовецька. - Київ: 2015. - 279 с.
3. Соколюк Г. О. *Цільові освітні програми в підвищенні потенціалу диверсифікованого зростання підприємства* / Г. О. Соколюк / *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* – 2010. – № 5. – т. 4. – С. 246–249.
4. *Функціональні стратегії інноваційного розвитку промислових підприємств: монографія* / за наук. ред. д.е.н., проф. В. В. Стадник. – Хмельницький : ХНУ, 2016. – 446 с.
5. Makarenko S. M. *Individualization of processes for preparation and development of workers* / Makarenko S. M., Karlina Y. O., Kazakova T. S. // *Економічний вісник університету: збірник наукових праць учених тааспірантів - ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди. Випуск № 37/1.* - 2018. - С. 117-125.

Полотнянко О.І.,

старший викладач кафедри публічного адміністрування
Міжрегіональної академії управління персоналом, м. Київ

ФАКТОРИ КАПІТАЛІЗАЦІЇ УПРАВЛІНСЬКИХ РЕСУРСІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Рушійною силою багатьох важливих процесів розвитку сучасної організації є її система менеджменту. Саме управлінці усіх рівнів і структурно-функціональних підрозділів організації створюють можливості для необхідного розвитку і побудови позитивного соціально-економічного іміджу організації в умовах конкурентного ринкового середовища [3, с. 34]. В сучасних умовах швидкими темпами зростає складність управлінської праці, що потребує більш високого професіоналізму від управлінського персоналу та освоєння інноваційних технологій управлінського процесу. Управлінська праця стає все більше високоінтелектуальним видом людської діяльності, що призводить до об'єктивної необхідності розвивати спеціалізовані технології підготовки управлінських кадрів та активного пошуку найбільш здібних претендентів для швидкого професійного навчання на протязі усієї їхньої управлінської кар'єри. За таких обставин зростає необхідність оцінки управлінської підготовки, її адаптованість до вирішення сучасних та майбутніх проблем розвитку суспільства. Починають активним чином формуватися умови для капіталізації управлінського ресурсу, які визначають якісну адаптивну форму для системи менеджменту – це управлінський капітал. Саме

професійні знання, креативність, інноваційних підхід стає основою отримання позитивних соціально-економічних результатів в діяльності організації. Управлінський ресурс у форматі управлінського капіталу стає головним фактором глобальної конкурентоспроможності організації. Визначимо деякі головні фактори сучасного процесу капіталізації управлінських ресурсів організації, які можуть виступати рушійною силою створення професійного управлінського капіталу в Україні.

Перше. Необхідно зрушити з мертвої точки процеси професіоналізації управлінської діяльності, особливо на рівні спеціалізованого професійного навчання діючого складу управлінського персоналу [2, с. 109-111]. Визначальним в цьому випадку буде знання диференціації та подальшої спеціалізації управлінського процесу. Важливим також буде акцент на міжфункціональну підготовку управлінських кадрів та на пошук інноваційних технологій не тільки моноспеціалізованої, але і міжспеціалізованої управлінської підготовки менеджерів. Це досить складне завдання, яке вирішити без фундаментальної управлінської науки буде неможливо. Управлінська наука повинна, на кінець, перейти від загальних проблем вивчення менеджменту до структурно-функціональної діагностики управлінського процесу і дослідження спеціалізованих форм управлінської діяльності.

Друге. Необхідно змінити психологію пошуку якісного управлінського персоналу. Для роботодавців знайти готового управлінця для специфічної професійної роботи в конкретній організації є певною ілюзією. Важливо знайти здібного до подальшого спеціалізованого професійного навчання, який, можливо, уже має певний управлінський потенціал та має інтелектуальні здібності до його якісного і адаптованого збільшення. Саме під час спеціалізованого професійного навчання визначається реальний інтелектуальний потенціал управлінця, його здібності до навчання та практичної роботи [1, с. 17-18]. Розвиток форм та методів професійного управлінського навчання створює можливості становлення та розвитку управлінського капіталу.

Третє. Важливим фактором в цій діяльності є пошук та підготовка, власне, тих, хто буде навчати управлінський персонал. На другому і третьому рівнях [Див.: 2, с. 156] це можуть бути скоріше менеджмент-тренери та видатні дослідники професійної системи менеджменту, які спроможні показати себе як зразки особистої професійної якості. Необхідно у цьому випадку пам'ятати про високий рівень мотивації усіх учасників цієї діяльності.

Четверте. Форматом реального прояву управлінського капіталу є управлінська команда. Створення управлінської команди є складним професійним завданням лідерів організації. Необхідно врахувати структурно-функціональні особливості та систему управлінських повноважень, мотиваційні цінності членів команди, їх професійні якості, інтелектуальні особливості та емоційні характеристики, їх готовність вчитись і думати разом.

П'яте. Особливим є той фактор, який пов'язаний з суспільною позицією відносно очікувань стосовно необхідної якості управлінської діяльності. Повинен бути певний запит на ефективність і результативність менеджменту та на рівень його професіоналізму. Професійний менеджмент потрібен у відкритому демократичному суспільстві, коли формується управлінська еліта і є справжній попит на якісну освіту, науку і бізнес.

Література:

1. Кузнецов Е.А. Актуалізація передумов формування професійного управлінського капіталу в Україні / Е.А. Кузнецов. -Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Т. 18, Вип. 2 (42): збірка наукових праць. – Одеса: Одес. нац. ун-т ім. І.І. Мечникова, 2019. – С. 9-22.
2. Кузнецов Е.А. Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні. Монографія / Е.А. Кузнецов. – Херсон: ОЛДІ ПЛЮС, 2017. – 382 с.
3. Найкращі менеджмент-ідеї від HarvardBusinessReview, 2019; Пер. з англ. К. Козачук. – К.: Вид. група КМ-БУКС, 2019. – 288 с.

РИБАЛКО-РАК Л.А.,

доцент кафедри менеджменту
Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

БЛУДОВА В.В.,

магістрант Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ЛАЗАРЕНКО П.М.,

магістрант Вищого навчального закладу Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

ПРОЕКТНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЯКІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ЗАСТОСУВАННЯ

Одним із актуальних на сьогодні підходів до управління підприємством, організацією є проектний, оскільки управління проектами визначається в науково-практичних дискусіях не лише як прогресивна технологія, інструмент управління, а як нова філософія прогнозованого, логічного і керованого управління. Особливого обґрунтування до застосування проектний підхід в управлінні підприємствами, організаціями набуває в кризових економічних умовах господарювання за рахунок гострої необхідності концентрувати зусилля суб'єкта управління на усіх рівнях та ланках управління та етапах діяльності і розвитку об'єкта управління. Результатами ефективного застосування проектного підходу стануть підвищення рівня раціонального використання ресурсів, врахування ризиків діяльності, оптимізація джерел фінансування.

В умовах антикризового управління підприємством, організацією проектний підхід – це один із небагатьох інструментів виживання, виходу з кризового стану. Впровадження в діяльність підприємства, організації сучасних методів та інструментів проектного управління – це апробований на практиці оптимальний спосіб швидкого, прозорого, економічно ефективного і результативного проведення змін до яких примушує криза.

Проектний менеджмент (англ. Project Management – управління проектами, проектний підхід до управління) – це сфера діяльності, в процесі якої визначаються та досягаються чіткі цілі проекту при балансуванні між: обсягом робіт, ресурсами (кошти, праця, матеріали, енергія, простір тощо), часом (терміном), якістю та ризиками [2, с. 34].

В сучасних наукових дослідженнях формування та впровадження систем управління якістю відповідно до міжнародного стандарту ІСО, також рекомендовано реалізовувати на засадах проектного підходу, що дозволяє підвищувати рівень ефективності та результативності такої інноваційної діяльності [1]. Відповідно до цього можливо стверджувати, що основи проектного підходу були обґрунтовані ще в дослідженнях гуру з менеджменту якості, зокрема в працях Е. Демінга.

Широкого впровадження набув цикл Е. Демінга, пов'язаний із проектуванням, виробництвом і збутом продукції, аналізом і змінами, що впливають із його результатів, для підвищення рівня якості – цикл PDCA «планування – виконання – перевірка – корегуючі дії». Його зображення у вигляді кола акцентує увагу на безупинній природі вдосконалення, що вимагає постійного повторення.

На основі класичної схеми безперервного вдосконалення при постійному застосуванні вище зазначеного циклу було закладено концепцію «Шість сигм». Це підхід до вдосконалення бізнесу, спрямований на пошук помилок, їх усунення і виключення причин наступної появи у бізнес-процесах за рахунок концентрації уваги на вихідних параметрах, що є критично важливими для споживача; це стратегічний підхід, що може бути використаний для будь-яких процесів, продуктів і галузей.

Пізніше в межах концепції «Шість сигм» цикл Шухарта – Демінга трансформувалася в цикл МАІС: Measure (вимірюй) – Analyze (аналізуй) – Improve (удосконалий) – Control (контролюй). Останнім часом спостерігається тенденція – доповнити цей цикл низкою інших стадій. Найчастіше зустрічається варіант DMAIC, доповнений стадією Define (визначай). Деякі науковці виокремлюють вісім шаблів – RDMAICSI: Recognize (усвідомлюй) – DMAIC (як описано вище) – Standardize (стандартизуй) – Integrate (інтегруй) [3, с. 54].

Впровадження проектного підходу до управління свідчить про ступінь відповідності підприємства, організації сучасним умовам, їх можливість застосовувати сучасні методи управління на практиці.

Література:

1. Гусаковська Т.О., Рибалко-Рак Л.А., Поставна Л.П. *Проектний менеджмент на підприємствах торгівлі: ідентифікація та управління процесами операційного рівня. Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу: збірник тез доповідей X Міжнародної науково-практичної конференції (29 вересня – 1 жовтня 2016 р.)*. Суми: ФОП Ткачов О.О., 2016. С. 67-69
2. *Інструменти регіонального розвитку в Україні: навч. посіб.* / О.В. Берданова та ін.; за ред. В. М. Вакулєнка, О. В. Берданової. К.: НАДУ, 2013. 286 с.
3. Маркіна І.А., Рибалко-Рак Л.А. *Система управління якістю в галузі торгівлі організацій та підприємств споживчої кооперації: монографія*. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 163 с.

СВІТАЙЛО В.Ю.,

студент 2 курсу магістратури кафедри економіки і менеджменту
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г. О. Сукрушева

ФОРМИ І МЕТОДИ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПЕРСОНАЛУ

Однією з ознак успішного функціонування підприємства є сукупність методів і способів, які використовує керівництво для підвищення ефективності організації роботи персоналу. На сьогодні низькі показники оплати праці, непристосовані для максимальної реалізації трудового потенціалу робочі місця – все це стримує повну віддачу працівників до високопродуктивної роботи. Саме тому, перед керівниками великих та малих фірм, підприємств стоїть гостра проблема створення єдиного науково обґрунтованого механізму, методів, способів мотивації праці персоналу, які б дали змогу зацікавити працівників виконували роботу якісно та продуктивно.

Як зазначають В. В. Травін, М. І. Магура, М. Б. Курбатова, серед засобів, які можуть використовуватися для впливу на мотивацію працівників, виділяють наступні: організація робіт; матеріальне стимулювання; моральне стимулювання; постановка цілей; оцінка і контроль; інформування; практика управління; заходи дисциплінарного впливу; звернення до найбільш значущих для працівника цінностям [1].

Персонал підприємства є найбільш цінним ресурсом, і якщо керівництво підприємства правильно і грамотно організує, та надасть відповідну мотивацію, сприятиме покращенню внутрішніх умов, то в подальшому отримає високі доходи, що дасть змогу вийти на великі ринки і бути конкурентоспроможним. Тому, керівництву підприємства потрібно на високому рівні розглянути і застосувати різні мотиви, які спонукають їх до праці. В сучасних соціально-економічних відносинах потреби персоналу підприємства займають одне з провідних місць в досягненні стратегічних цілей підприємств. На даному етапі, велике значення у мотивації праці мають моральні стимули і соціальні пільги.

Стимулювання праці на сучасному етапі становлення економіки - це не тільки надтарифна система оплати, а й тарифна. Сюди входять також форми економічного стимулювання (ціни, ставки за кредитами, ставки оподаткування доходів підприємств тощо), які важливо залучити для стримування інфляційних тенденцій у економіці. Необхідною складовою стимулювання є матеріальне заохочення, яке відрізняється від економічного за формою впливу на об'єкт стимулювання. У механізмі стимулювання праці також необхідно виділити як підсистеми моральне та соціальне, форми яких впливають на інтереси людей, що знаходяться у площині свідомості. Моральне стимулювання знімає суперечності між необхідністю виконувати потрібну підприємствам роботу і неналежною матеріальною зацікавленістю в ній окремого працівника. Традиційні види морального стимулювання слід і надалі використовувати, але їх треба доповнити адекватними ринковій економіці видами (імідж фірми, випуск товарів на експорт, перемога в конкурентній боротьбі з відомою фірмою тощо).

Відповідно до даного групування, кількість методів стимулювання праці є досить значною, тому їхнє використання на підприємствах повинно ґрунтуватися на багатьох чинниках, серед яких як головні можна виокремити: чисельність і структуру персоналу, організаційну структуру та культуру

персоналу, поточні результати господарської діяльності підприємства та стадію життєвого циклу підприємства [2].

Система стимулювання та мотивації праці повинна враховувати розбіжності в інтересах роботодавця і працівника та їхні спільні цілі, підштовхувати персонал до більш ефективної трудової діяльності та підвищувати успішність діяльності підприємства в цілому.

Побудова ефективної системи стимулювання праці передбачає створення конкурентоспроможної системи винагород працівникам, які забезпечують отримання додаткового прибутку або є основною рушійною силою в колективі. Адекватна оцінка процесу мотивації на підприємстві та вмiле управління ним є ключовим аспектом забезпечення економічних інтересів працівників різних підприємств на практиці [3; 4].

Таким чином, стимулювання це вплив на працівника за допомогою певних факторів, що прямо залежать від потреб, які має людина. До таких факторів можна віднести певний матеріальний об'єкт, створені умови праці чи окрему ситуацію, що склалася на підприємстві. Завданням керівництва підприємства являється створення відповідних умов для розкриття потенціалу працівників що зумовило б виникнення стійкої потреби в напруженій і результативній праці. При цьому керівництво повинно враховувати конкретні ситуації, що слугують стимулами в процесі праці, враховувати не тільки особисті здібності працівників, а і їх особисті мотиви: потреби, інтереси, пріоритети, амбіції.

Література:

1. Башмак М.С. Матеріальне стимулювання персоналу підприємства. URL:<http://masters.donntu.edu.ua/2010/iem/bashmak/diss/indexu.htm>. (дата звернення 19.09.2019р.)
2. Грінко І.М. Вдосконалення матеріальної мотивації праці в системі управління промисловими підприємствами. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Znpchdtu/2009_24/articles/38_Grinko.pdf. (дата звернення 21.09.2019р.)
3. Долишній І.М. Мотивація персоналу як об'єкт управління на підприємстві. URL:http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlntu/20_5/211_Dolishnij_20_5.pdf. (дата звернення 23.09.2019р.)
4. Поліщук П.В. Матеріальне стимулювання, як основа ефективного управління підприємством. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 2. Т. 1. С. 85–87.

СІМАЙКІН С.Г.,

студент 2 курсу магістратури
факультету бізнесу та сфери обслуговування
Державного університету «Житомирська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н. В.О. Ткачук

РОБОТА З МОЛОДИМИ ФАХІВЦЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Важливим джерелом поповнення кадрів підприємств є молоді фахівці з вищою освітою. Робота з ними має проводитися так, щоб на кожному етапі професійного навчання студентів їх виробнича підготовка здійснювалася спільно з базовими підприємствами, а також шляхом поєднання навчання з продуктивною працею на умовах неповного робочого дня (тижня).

У період навчання необхідно забезпечити кожному студенту можливість одержання оволодіння первинними навичками професійної діяльності відповідно до характеру майбутньої роботи на підприємстві. У зв'язку з цим кардинального поліпшення вимагає відбір на навчання найбільш підготовленої частини молоді на основі вдосконалення професійної орієнтації на відповідні професії, виявлення найбільш гідних претендентів для вступу до закладів вищої освіти (далі – ЗВО) потрібного профілю.

З метою практичного закріплення професійних знань і навичок в отриманій спеціальності у випускників ЗВО, підвищення їх відповідальності за результати роботи, поліпшення використання фахівців прийнято, що після 3 років роботи за місцем розподілу молодий фахівець проходить спеціальну атестацію, за результатами якої визначається його подальша кар'єра.

Основним завданням спільної роботи підприємств і ЗВО з професійної підготовки майбутніх фахівців є навчання їх навичкам самостійного ухвалення рішень, відповідати за свої дії, забезпечення глибоких професійних знань, а також розвиток матеріальної бази навчальних закладів.

Робота з молодими фахівцями на підприємствах проводиться в такий спосіб:

1. На підставі укладених договорів з відповідними навчальними закладами керівники служб персоналу підприємств разом з головними інженерами або заступниками директорів з питань персоналу проводять попередній відбір майбутніх молодих спеціалістів і беруть участь у роботі комісій з персонального розподілу при навчальних закладах.

2. Одночасно з наказом про призначення на посаду кожному молодому спеціалісту призначається наставник з числа висококваліфікованих майстрів та інших безпосередніх керівників на ділянці роботи, а кожному фахівцю з вищою освітою – керівник стажування на строк до одного року.

3. Молоді фахівці можуть бути направлені на роботу в якості спеціалістів відповідно до професій і кваліфікацій, затверджених галузевими міністерствами та відомствами.

4. Наставники протягом року працюють з молодими фахівцями, передаючи їм досвід професійної діяльності.

5. Служба персоналу стежить за своєчасним складанням спеціалістом і його керівником індивідуального плану стажування за одержаною спеціальністю і затвердженням його одним із керівників підприємства. Виконання індивідуального плану систематично контролює керівник стажування. Копія плану зберігається в особистій справі молодого фахівця.

6. Після закінчення терміну стажування молодий фахівець складає звіт і представляє його комісії з підведення підсумків стажування, що дає рекомендацію про подальше використання цього працівника. Комісії оформляє рішення за результатами стажування фахівця відповідним наказом.

Основним завданням стажування молодих фахівців є набуття ними необхідних практичних та організаторських навичок для виконання обов'язків, що передбачені займаною посадою, поглиблення знань з економіки виробництва, наукової організації праці та управління, ознайомлення з науковими, технічними та виробничими досягненнями. Разом із тим за час стажування виявляються ділові та особистісні якості фахівців, випущених ЗВО.

Директори підприємств контролюють роботу керівника стажування та підтримують зв'язок із ЗВО, який закінчив молодий спеціаліст.

З питань вдосконалення методики проведення стажування служби персоналу надають навчальним закладам відповідні звіти про хід стажування. З метою підвищення активності молодих фахівців в освоєнні професійної діяльності, сприяння їх кваліфікаційному росту на підприємствах, де працює не менше 10 молодих спеціалістів, створюються ради молодих фахівців. Ці ради залучають випускників ЗВО до участі у науково-технічних конференціях, різних технічних і економічних гуртках; приділяють увагу молодим фахівцям, щоб виявити у них здібності до раціоналізаторської та винахідницької роботи, сприяють розвитку творчої ініціативи, постійному підвищенню кваліфікації, створення умов для набуття досвіду роботи та вміння керувати колективами.

Після закінчення одного року роботи проводиться зустріч директорів підприємств з молодими фахівцями для співбесіди з питань результатів роботи, умов проживання і побуту тощо [1]. Головні інженери і менеджери з персоналу підприємств направляють роботу рад молодих фахівців, контролюють зміст і виконання планів роботи. На підприємствах, в міністерствах і відомствах створюються комісії по роботі з молодими фахівцями.

Молоді фахівці, які добре проявили себе в практичній роботі, є основним джерелом поповнення резерву кадрів. Надалі кадрова робота з ними переходить у русло кар'єрного просування. Працівник на певному етапі своєї діяльності в якості спеціаліста може прийняти на себе виконання цілого ряду адміністративних функцій, перейшовши до групи керівників нижнього рівня.

Отже, робота з молодими фахівцями на підприємстві пов'язана з проведенням усіх кадрових процедур на шляху від попереднього відбору кадрів до їх уведення в посаду.

Література:

1. Банько Н.А. *Управління персоналом: навч. посібн.* / Н.А. Банько, Б.А. Карташов, Н.С. Яшин. Ч. I. – Волгоград, 2006. – 96 с.

УПРАВЛІНСЬКІ КОМПЕТЕНТНОСТІ – ОСНОВА ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА

Входження України в Європейське освітнє середовище, інтеграція національної системи освіти у світову модель та орієнтація на європейські й світові стандарти, зумовили впровадження до змісту сучасної освіти компетентнісного підходу, сутність якого розкривається через поняття «компетенція» та «компетентність». Компетенція – це певна норма, досягнення якої може свідчити про можливість правильного вирішення завдання, а компетентність – це оцінка досягнення (або недосягнення) цієї норми [1, с. 2]. Відповідно до ч. 1 ст. 1 Закону України «Про вищу освіту» «Компетентність – динамічна комбінація знань, умінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, яка визначає здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти» [2]. Ключовими компетентностями вважаються такі, що є необхідні для людини і будуть сприяти підвищенню особистого потенціалу, надаватимуть більше позитивних шансів для працевлаштування, кар'єрного зростання та розвитку. Такі компетентності розвиваються в процесі навчання протягом життя.

Проте, варто зазначити, що серед численного переліку компетентностей управлінські компетентності є одні з важливих і необхідних для сучасних молодих керівників, які тільки починають формуватися як фахівці, співпрацюють з кількома віковими поколіннями та змушені фахово виконувати свої управлінські функції, реагувати на виклики сучасної економіки і чітко вибудувувати стратегію розвитку підприємства.

Розвиток сучасної економіки та суспільства загалом, характеризується загальною глобалізацією, діджиталізацією, активізацією інноваційних процесів в усіх сферах життєдіяльності людини. Це у свою чергу формує необхідність у висококваліфікованих управлінських кадрах, які мають бути хорошими фахівцями, а щоб їх кількість і фаховість була високою, то тут провідну роль має відіграти освітня галузь, що має закласти у молодих фахівцях знання, вміння та навички, що базуються на компетентнісному підході. Тому, особливу увагу у цьому питанні потрібно звернути на якість професійної підготовки майбутніх управлінських кадрів у системі вищої освіти.

Підготовка конкурентоспроможних, професійно компетентних фахівців є стратегічним завданням української системи освіти. Зростання наукових знань та необхідність постійного оновлення їх упродовж життя одного покоління об'єктивно перетворює освіту на вирішальний чинник суспільного розвитку, економічного зростання держави, підвищення добробуту її громадян. Сьогодні якість людських ресурсів в значній мірі визначається рівнем їх професійної компетентності та управлінської зокрема. Саме управлінська компетентність, на наш погляд, забезпечує високий рівень професіоналізму спеціаліста [3, с. 259].

У процесі формування професійної компетентності важливо виробити вміння працювати у колективі та бути ланкою єдиного механізму, здатність чітко бачити свої задачі та їх роль у досягненні спільної мети. Колективи співробітників мають бути стійкими та швидко реагувати на все нове. У цьому контексті важливими чинниками управлінської компетентності виступають: вміння формувати та згуртовувати колектив професіоналів, правильно формулювати завдання і визначати шляхи для досягнення поставленої цілі; здійснювати ефективне керування усіма ланками управлінського процесу; здатність керівника забезпечити виконання поставлених стратегічних цілей у відповідності з заданою якістю [4, с. 221].

Індивідуальні управлінські навички є важливим чинником як найму, так і професійного зростання працівників, зокрема, найважливіші з них – самоменеджмент [6], лідерство, управління проектами, управління людьми, здатність ухвалювати та впроваджувати рішення.

На сьогодні існує широкий спектр можливостей навчання управлінських навичок, які постійно розвиваються. Особливо актуальним є дистанційне та змішане навчання із можливістю навчання онлайн. Основною перевагою є можливість навчатися коли зручно та де зручно, пошук будь-якої цікавої та корисної інформації в тому напрямі, який необхідний для подальшого працевлаштування чи

теперішньої роботи. З розвитком інформаційних технологій методи навчання мають змінюватися кожного року, переглядатися кожного місяця, оскільки світ постійно рухається вперед та розвивається і вимоги до якості освіти постійно підвищуються.

Література:

1. Головань М.С. *Компетенція і компетентність: досвід теорії, теорія досвіду* / М.С. Головань. Вища освіта України. – 2008. – № 3. – С. 23-30.
2. Закон України «Про вищу освіту» // *Відомості Верховної Ради України*. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
3. Попова О.І. *Управлінська компетентність як необхідна складова професіоналізму сучасного фахівця* / О.І. Попова // *Управління в освіті* : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, 14–16 квітня 2011 року. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 258–260.
4. Половенко Л. *Управлінська компетентність – ключовий складник професійної компетентності майбутніх фахівців економічного профілю* / Л. Половенко // *Гірська школа Українських Карпат*. – 2015. – № 12-13. – С. 221.
5. *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи* / [за заг. ред. О. В. Овчарук]. – К.: К.У.С., 2004. – 112 с.
6. Юринець З.В. *Самоменеджмент: підручник* / З.В. Юринець. Львів : СПОЛОМ, 2015. – 360 с.

SOLOVIOV N.A.,

IV year student of the Faculty of Foreign Philology
Kherson State University

Scientific supervisor: Ph.D., Associate Professor O.G. Khan

THE FEATURES OF THE QUALITY MANAGEMENT SYSTEM'S DEVELOPMENT IN THE SHIPBUILDING ENTERPRISE

The shipbuilding industry is of great importance for the socio-economic development of the country and serves as one of the indicators of the level of development of the state's economy, since, by accumulating in its products the achievements of a large number of related industries, it stimulates their effective activity. In addition, the utmost importance and the urgent need to study in depth the industry issues of improving the quality of products and the overall competitiveness of domestic shipbuilding, both in the domestic and foreign markets, due to the fact that shipbuilding is a stimulating link for economic development, as with increasing the activity of shipbuilding enterprises ensures the transport and economic security of the country [1, p. 134]. However, at present, the development of the world shipbuilding industry is characterized by a high dependence on the processes of globalization of a market economy, in particular, on the regional concentration of production of ships and ships of certain types. Thus, in the highly competitive conditions of the international shipbuilding market, as well as the dominance of certain countries in the production of vessels of a certain type, Ukrainian shipbuilding companies were faced with the urgent need to increase the competitiveness of manufactured products on the one hand, due to the management of internal factors of competitiveness – improvement of production, technology optimization of pricing policy, cost management, and on the other hand – external factors, through the formation of rational of the order portfolio [2, p. 27].

The analysis of the experience of foreign enterprises of training vessels confirms the need of enterprises of this industry in the constant improvement of the quality of products produced by improving the process of managing this process, the introduction of an appropriate quality management system to ensure maximum competitive advantages in terms of quality. Ukrainian vessels training enterprises have taken steps towards improving product quality management and implementing a quality management system. In particular, the product quality management system has been successfully implemented for many years at LLC «Smart Maritime Group» (Kherson Shipyard).

However, due to the instability of the world shipbuilding market, as well as the political and economic situation in Ukraine, the country has a high risk of not receiving further shipbuilding orders, which will inevitably lead to a forced shutdown of shipbuilding enterprises. In addition, in most cases, in the process of seeking orders, industry companies are forced to carefully evaluate the technical feasibility and economic attractiveness of the ship's production, that is, to solve the problem of developing and implementing an effective product quality management system in the process of contract production and processing. Therefore, today there is an urgent need to study carefully the conditions and prospects of improving the quality of

products of Ukrainian shipbuilding enterprises, to develop appropriate mechanisms, quality management systems, and their effective implementation [3, p. 178].

The effectiveness of this system is largely due to the strategic goals to which its implementation is aimed: improving the quality of construction of ships and floating structures, ship repair, the manufacture of metal structures and port activities; maintaining customers' confidence that the company is taking steps to continuously improve quality; continuous improvement in the ability to meet customer expectations. In the implementation and improvement of the LLC «SMG» quality, management system the approach from a process point of view is used. Processes are activities that use resources that are managed to convert input to output.

The most important elements that a yard implements as part of a process approach to managing a system of multiple, interconnected, managed processes operating at the enterprise are: understanding the process approach to both management and staff; process evaluation; the effectiveness of the processes; process efficiency in; continuous improvement of processes based on objective measurements and analysis. Thus, the main feature of the water management system is customer orientation.

According to the analysis of the experience of the activity of LLC «SMG» and the management within its framework of the quality of the products produced by the enterprise, one of the effective means of improving the efficiency of the order portfolio and the overall production and economic activity of shipbuilding enterprises in the existing conditions is the implementation of an effective quality management system that meets the requirements of the market modern shipbuilding environment and international quality standards. One effective approach to the development and implementation of a quality management system is a process based on a careful study of the needs and requirements of customers and their maximum satisfaction through the management of well-defined processes at the enterprise – management and development itself.

Literature:

1. Pankov V.A. *Management stoymostyu naukoemkoho mashynostroytelnoho enterprise / V.A. Pankov – K.: Scientific Thought, 2015. – 424 p.*

2. Koblos M.A. *Approaches to development of organizational and economic mechanism of shipbuilding enterprise functioning in market conditions / M.O. Koblosh – D.: IES NAS of Ukraine, 2007. – 48 p.*

3. Fedulova L.I. *Organizational and economic mechanism of shipbuilding enterprises functioning in market conditions / L.I. Fedulova, M.O. Koblov – D.: IES NAS of Ukraine, 2014. – 343 p.*

СУКРУШЕВА Г.О.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та менеджменту
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

АДАПТАЦІЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ СТИМУЛЮВАННЯ ТА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ЙОГО В УКРАЇНІ

Мотивація праці – найважливіший фактор результативності роботи, що становить основу трудового потенціалу працівника, тобто всієї сукупності властивостей, які впливають на виробничу діяльність. З усього розмаїття моделей систем мотивації праці у ринковій економіці більшості промислово розвинених країн можна виділити як найбільш характерні японську, американську, французьку, англійську, німецьку та шведську моделі. Сучасні тенденції формування зарубіжних систем мотивації та стимулів праці в узагальненому вигляді наведено в таблиці 1.

На основі проведеного дослідження, особливостей формування зарубіжних систем мотивації та стимулювання праці, можна сказати про необхідність застосування окремих елементів в оплаті праці на українських підприємствах [2, с. 94]. Так, можна стверджувати про позитивний вплив на результати праці такого елементу як участь у доході підприємства, тобто при підвищенні якості праці, збільшується дохід підприємства, тим самим робітник має можливість одержання додаткового доходу, і виникає пряма залежність між його індивідуальною праці та одержаним доходом підприємства. Особливої уваги потребує такий важливий аспект, як солідарна оплата праці, в економічно розвинутій державі – Швеції, профспілки, на законодавчому рівні, домоглися скорочення розриву між мінімальною і максимальною основною заробітною платою, тобто працівники високого рівня не можуть отримувати основну заробітну плату в багато разів вище, ніж працівники нижчої кваліфікації, тим самим працює принцип соціальної справедливості оплати праці в країні, проте необхідно

відзначити, що додаткова заробітна плата, бонуси і премії, в Швеції досить високі, що стимулює працівників підвищувати свою кваліфікацію, і покращувати результати праці [3].

Таблиця 1.

Особливості формування зарубіжних систем мотивації та стимулювання праці [1, с. 170]

Країна	Головні чинники мотивації та стимулювання праці	Відмінні особливості мотивації та стимулювання праці
Японія	Професійна майстерність	Довічний найм
	Вік	Одноразова допомога при виході на пенсію
	Стаж	
США	Заохочення підприємницької активності	Поєднання елементів відрядної та погодинної систем
	Якість роботи	Участь у прибутку
	Висока кваліфікація	Технологічні надбавки
		Премії за безаварійну роботу, тривалу експлуатацію обладнання та інструменту
		Дотримання технологічної дисципліни
Система подвійних ставок		
Франція	Кваліфікація	Індивідуалізація оплати праці
	Якість роботи	Бальна оцінка праці робітників за професійну майстерність, продуктивність праці, якість роботи, дотримання правил.
	Рівень мобілізації	Додаткові винагороди (виховання дітей, надання автомобіля, забезпечення у старості)
Великобританія	Дохід	Участь у прибутках
		Ділова участь у капіталі
		Трудова ділова участь
		Чисто трудова участь
Німеччина	Якість	Стимулювання праці
		Соціальні гарантії
Швеція	Солідарна заробітна плата	Диференціація систем податків та пільг
		Сильна соціальна політика

Французька система оплати праці, передбачає індивідуальний підхід до формування основної заробітної плати, виходячи з індивідуальних здібностей, кваліфікації і віддачі працівника, але при цьому встановлено обмеження - мінімальна заробітна плата, нижче якої оплачувати працю забороняється, тим самим працівники мають стимул до підвищення кваліфікації, якісному виконанню своїх обов'язків, оскільки при виконанні цих умов зростає рівень оплати праці, також розвинена соціальна складова стимулювання персоналу - пільгове кредитування, оплата підвищення кваліфікації, оплата навчання дітей. За допомогою цих методів формується зацікавленість персоналу, в удосконаленні власної праці і зростання її продуктивності. Всі ці форми і методи стимулювання і формування заробітної плати, можливо впровадити в Україні, що призведе до зростання ефективності праці, підвищить самооцінку працівника, шляхом підвищення заробітної плати і індивідуального підходу до її формування, що позитивно впливатиме на економічне зростання як окремого підприємства так і цілої галузі, і як наслідок держави в цілому.

Література:

1. Биба В. В., Теницька Н. Б. Світовий досвід мотивації та можливості його адаптації до умов підприємств України / В. В. Биба, Н. Б. Теницька // Мукачівський державний університет. Економіка і суспільство. Випуск № 10. – 2017. – с. 166-177
2. Рукасов С.В. Аналіз систем мотивації персоналу з урахуванням досвіду провідних країн світу / С. В. Рукасов // Віс. Хмельницького нац. ун. – 2009. – № 5. – С. 93–96.
3. Леценко Л.О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва / Л.О. Леценко // Ефективна економіка. – 2016. – № 4. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua>

к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

ДОВГОПОЛИК І.Ф.,

студентка Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

АНАЛІЗ ЯКОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

Актуальність теми дослідження визначається тим, що в сучасних умовах успішне функціонування будь-якої організації залежить від якостей працівників, необхідних для виконання ними своїх професійних обов'язків, а також від ефективності реалізації цих якостей, знань, умінь, навичок в конкретних результатах діяльності.

Методи оцінювання роботи персоналу освітлено у роботах закордонних та вітчизняних економістів-науковців, а саме: І. Ансоффа, Д. Б. Карнегі, М. Мескона, І. Метцера, В. О. Лук'янихіна, Л. М. Кузьменка, В. М. Данюка, А. А. Гриценка, В. Г. Никифорова, В. А. Рудьєва, О. М. Криворучко та ін. Але проблеми практичного розв'язання задач щодо аналізу якості управління персоналом підприємства залишаються невирішеними.

Метою дослідження є систематизація методів оцінювання персоналу для корпоративного менеджменту та визначення економіко-математичних методів щодо моделювання відповідного процесу.

Оцінювання персоналу необхідне для виявлення потенціалу й внутрішніх можливостей, на які можна розраховувати для досягнення цілей управління мотивацією праці персоналу, а також, щоб допомогти керівнику організації в прийнятті управлінських рішень [1].

Дослідження у визначеній області пов'язано з оцінюванням результатів основних елементів системи управління персоналом:

1. Кадрове планування (результатна оцінка показників праці).
2. Підбір персоналу (ефективність методів залучення і відбору нових співробітників).
3. Навчання персоналу (ефективність наявних навчальних програм).
4. Формування кадрового резерву (продуктивність праці співробітників).
5. Аналіз роботи персоналу (оцінка поведінки співробітників компанії).
6. Розвиток персоналу (оцінка інтелектуального потенціалу компанії).
7. Система матеріального стимулювання (ефективність мотиваційних систем).

Методи визначення якості роботи персоналу повинні бути відповідними до структури підприємства й характеру діяльності персоналу.

Систематизовано методи оцінювання якості роботи персоналу [2, 3]:

1. Метод тестування. Розрізняють кваліфікаційні, психологічні та фізіологічні тести. Недоліком є непрактичність результатів тестування.

2. Метод інтерв'ювання за компетенціями, що передбачає особисті бесіди. Завдяки цьому методу можна оцінити інтелектуальні і ділові якості працівника, його навички міжособистісних комунікацій.

3. Метод оцінювання досягнення цілей. Поведінка організації залежить від прийнятих працівниками і керівництвом рішень та визначається цілями, очікуваннями, їх вибором. Тому керівник й підлеглі працівники спільно формулюють такі цілі.

4. Метод управління результативністю, який визначає розроблення механізму спільного виконання завдань для досягнення цілей організації, приділяється увага й винагородам за виконану роботу.

5. Метод асесмент-центрів дозволяє оцінити потенціал працівників в умовах, максимально наближених до реальних.

6. Метод атестації. Це комплексне оцінювання якості працівника, його поведінки й результатів діяльності.

Для наведених методів аналізу якості роботи персоналу використовують економіко-математичні методи:

1. Статистичний аналіз та кореляційний аналіз дозволяють кількісно оцінити ступінь впливу того чи іншого фактора можливостей персоналу. Наприклад, за допомогою кореляційного аналізу можна

оцінити ступінь впливу кваліфікаційного складу робітників, стажу їх роботи на продуктивність праці. Інструменти статистичного аналізу вважаються інформативними лише при наявності достатньої кількості початкових даних. Прикладом використання методик статистичного аналізу є визначення взаємозв'язку між якістю роботи персоналу і ефективністю людських ресурсів.

2. Кластерний аналіз використовується для розбиття персоналу на різні за рівнем мотивації групи.

3. Імітаційне моделювання дозволяє оптимізувати роботу персоналу та зменшити витрати праці. Авторами запропоновано використання таких інструментів імітаційного моделювання: диспетчер сценаріїв, теорія ігор й агентне моделювання.

Завдяки аналізу якості роботи персоналу вирішуються стратегічні й оперативні задачі організації. Запропоновані теоретичні виклади мають практичне значення. Вищеперераховані заходи дозволяють покращити процес управління персоналом, забезпечити контроль якості виконання робіт й поведінки працівників, вдосконалити ефективну систему мотивації працівників.

Література:

1. Криворучко О. М. *Управління персоналом підприємства: навч. посібник* / О. М. Криворучко, Т. О. Водолажська. – Х. : ХНАДУ, 2016. – 200 с.

2. Сівашенко Т. *Сучасні підходи до оцінки персоналу* / Т. Сівашенко // *Економічний аналіз: збірник наукових праць*. – Тернопіль: Видавництво Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2011. – Вип. 8. – Частина 2. – С. 315–318.

3. Григор'єва Н.О. *Оцінка якості персоналу в системі ефективного управління [Електронний ресурс]* – Режим доступу: <http://intkonf.org/grigoreva-no-otsinka-yakosti-personalu-v-sistemi-efektivnogo-upravlinnya>.

ЧАЮН М.Р.,

студентка 3 курсу факультету міжнародної торгівлі та права
Київського національного торговельно-економічного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент В. А. Студінський

ВПЛИВ ПОРУШЕНЬ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ НА ЕКОНОМІЧНУ СИСТЕМУ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ

Рівень захисту інтелектуальної власності та авторського права – є одним із найважливіших показників розвитку держави, як з точки зору економіки, так і з боку інтелектуального потенціалу суспільства. З одного боку, рівень захисту відображає ефективність державних механізмів захисту прав та інтересів громадян, а з іншого - демонструє перспективність розвитку в країні бізнесу. За даними з сайту The International Property Rights Index [1] Україна посідає 110 місце з 125 країн світу по рівню захищеності авторських та суміжних прав. Також існує Міжнародний індекс прав власності (IPRI) – це індекс, що вимірює рівень захищеності прав інтелектуальної та фізичної власності. Умовно всі країни можна поділити на країни з високим, середнім та низьким рівнем захисту. Україна має низький рівень захисту. Країни, що мають низький індекс характеризуються сировинною економікою, високою політичною нестабільністю, тотальною непрозорістю судової системи, високим рівнем корупції, а також систематичними порушеннями прав і свобод громадян. Водночас, України прагне вступити у ЄС, де зараз відбувається посилення регулювання і захисту авторських прав. Європейський Союз приймає все нові і нові закони і рішення, що будуть контролювати інтелектуальну власність. Україна також приймає нові розпорядження, але все ж залишається однією з найбільш «піратських» країн.

Проблема України не лише в поганому регулюванні цієї сфери. А й в менталітеті нашого суспільства. Тему авторських та суміжних прав досліджували такі науковці, як О. С. Олійник, О. П. Денисюк, М. В. Борута, Г. І. Грігор'яц та інші. Варто зазначити, що у українські науковці досить широко висвітлюють захист авторського права, але це питання досі потребує подальшого вивчення та розгляду. Це питання набирає все більше важливості, тому що швидко розвивається мережа Інтернет, бізнес в Інтернеті тощо. Також важливим аспектом дослідження є ставлення наших співвітчизників щодо захисту авторського права, піратства, копіювання інформації. Однією з рис нашого менталітету є жадібність. Люди записують фільми в кінотеатрах і надсилають в мережу, копіюють ігри, зображення, логотипи. Населення не готове платити за операційні системи, програми, музику, фільми, тому що завжди є можливість знайти це безкоштовно. Це також пов'язане з тим, що вартість підписки

і доступу до сайтів і програм найчастіше вимірюється в доларах і є рівною для України та інших країн, наприклад, Америки чи Європи. Співвідношення заробітних плат дуже відрізняється, тому часто плата є високою для нас. Згідно дослідження BSA Global Software Survey [2] 80% програмного забезпечення, яке встановлене на українських комп'ютерах – «піратське», в тому числі і у багатьох державних інституціях. Тоді як в цей США рівень ледь досягає 15%.

Сполучені Штати Америки приділяють особливу увагу захисту прав інтелектуальної власності, у першу чергу американських правовласників, у різних країнах світу. За результатами "Спеціальної доповіді 301" [3], протягом 2008-2011 років Україна перебувала у списку "Країн наглядю". У 2012 році статус країни погіршився, нас віднесли до переліку "Країн пріоритетного наглядю", а у 2013 році взагалі присвоїли найнижчий статус – "Пріоритетної іноземної країни". В цьому звіті визначаються країни, в яких не забезпечується ефективна і адекватна правова охорона інтелектуальної власності та захист авторських і суміжних прав. До таких країн уряд США може застосовувати санкції та обмеження. Саме тому минулого року Україна втратила торговельні преференції для 155 видів товарів, що мали імпортуватися в США.

Таким чином, контроль над сферою інтелектуальної власності надзвичайно важливий для кожної країни. Не можна сказати, що Україна взагалі не здійснює заходів щодо покращення захисту інтелектуальної власності. Однак ці зміни є недостатніми для подолання всіх проблем, як-от високий рівень інтернет-піратства та використання неліцензійного програмного забезпечення у державних органах. Можемо підсумувати, що не може бути розвинена країна без високого рівня захисту авторських та суміжних прав. Якщо Україна стане країною, де будуть добре захищатись роботи авторів, музикантів, вчених, то не буде сильної міграції молодих геніїв. Люди будуть впевнені, що їх захищає держава. Отже, необхідно модернізувати систему адміністрування цієї сфери.

Література:

1. *INTERNATIONAL PROPERTY RIGHTS INDEX 2018* [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. – Режим доступу: <http://www.internationalpropertyrightsindex.org/>
2. *BSA Global Software Survey* [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. – Режим доступу: <https://globalstudy.bsa.org/2016/>
3. *2013 Special 301 Report* [Електронний ресурс] : [Інтернет-портал]. – Електронні дані. – Режим доступу: <https://ustr.gov/sites/default/files/05012013%202013%20Special%20301%20Report.pdf>

ЧУБ О.,

директор Центру сприяння працевлаштуванню «Перспектива»,
старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет ім. Вадима Гетьмана»

ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІ ЗАЙНЯТОСТІ МОЛОДІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасний стан соціально-економічного розвитку світу характеризується динамізмом і багатовекторністю. За таких умов, відбуваються суттєві трансформації ринку праці, який є складовою національної економічної системи, змінюються форми й види зайнятості. Враховуючи надзвичайно стрімкі інтеграційні процеси у світі та проблеми соціально-економічного становища в країні, передбачити ситуацію на ринку праці майбутнього надзвичайно складно. Однак, цей вплив на сферу зайнятості є очевидним. Змінюється ринок праці, виникає потреба у нових компетенціях: одні професії зникають, інші – з'являються. Вже сьогодні функціонують магазини без касирів, автомобілі без водіїв, з'явилися нові технології створення, розміщення, передавання та зберігання інформації (хмарні технології, віртуальна реальність), мови програмування тощо. А вдосконалення технологій машинного навчання і розпізнавання голосу й постаті людини призводить до того, що роботи (штучний інтелект) починають замінювати людей навіть у професіях, які потребують взаємодії з клієнтами. У цьому сенсі попит і пропозиція молоді на ринку праці суттєво відрізняються від професійно-кваліфікаційної та галузевої структури зайнятості попередніх поколінь. Негативні зміни у фактичних трудових відносинах насамперед позначаються на молодих працівниках, більш уразливих до низького рівня заробітної плати, часткової чи повної деформалізації відносин зайнятості, охоплення тимчасовими контрактами і обмеженням правового захисту.

Міграційні процеси значно впливають на ситуацію щодо зайнятості молоді як на світовому, так і на українському ринку праці. Під час зростання обсягів переміщень через кордони все більше і більше молодих людей залишають свої домівки у надії знайти роботу, що призводить до міграції із сільських регіонів до міст, а також міграції освіченої молоді до інших країн. Це справляє значний вплив на вітчизняний ринок праці. Глобалізаційні та сучасні демографічні тенденції все більше загострюють економічні, соціальні й політичні питання.

Довготривала недосконалість взаємодії суб'єктів ринків праці та освіти негативно позначилась на обох ринках, зумовлюючи невідповідність професійно-кваліфікаційних стандартів вимогам виробництва, погіршуючи якість підготовки кадрів та загострюючи дисбаланс вакансій за професіями. Метою взаємодії суб'єктів ринків праці та освіти є максимальне задоволення потреб всіх зацікавлених сторін, що з одного боку дозволяє збалансувати попит та пропозицію на кваліфіковану робочу силу, досягти вищої якості освіти (покращення її змісту та удосконалення форми), а з іншого – задовольнити всіх стейкхолдерів у відповідних освітніх продуктах та (послугах).

Щодо позитивних тенденцій, то слід відзначити перехід України до нових форм організації трудової діяльності. Все більшого масштабу набуває зайнятість через цифрові платформи. Загалом на ринку праці на цифрових платформах в Україні домінує молодь: 67% фрилансерів молодші 36 років. Середній вік фрилансера становить 33 роки [1].

Поряд з цим, статистичні дані свідчать про зменшення чисельності безробітної молоді. Так, за аналітичними показниками служби зайнятості станом на 1 вересня 2019 року кількість осіб з-поміж молоді, які мали статус безробітного становила 80,6 тис. осіб, що на 13,1 тис. осіб (14%) менше, ніж на відповідну дату минулого року. Допомогу по безробіттю отримували 60,8 тис. осіб, що на 6,7 тис. осіб (10%), менше ніж на відповідну дату минулого року [2].

Безперечно, молодь відіграє важливу роль у формуванні та трансформації сучасного ринку праці. Але існує низка нагальних питань молодіжного сегменту ринку праці які потребують подальших наукових досліджень і співпраці з усіма зацікавленими сторонами для їх вирішення. Серед них варто виділити основні, такі як захист трудових прав та створення сприятливих умов для професійного становлення з метою забезпечення соціально-економічного розвитку країни.

Література:

1. Алексинська, М., Бастрасова, А., Харченко, Н., 2018. Зайнятість через цифрові платформи в Україні. Проблеми та стратегічні перспективи. МОП: Женева.
2. Державна служба зайнятості. Аналітична записка. Надання послуг особам з числа молоді у січні-серпні 2019 року. Режим доступу — <https://www.dcz.gov.ua/analytics/68>

ШАШКОВА Н.І.,

д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту і адміністрування
Херсонського державного університету

ЗАКОНОМІРНОСТІ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Сучасне українське село характеризується послабленням трудової мотивації працівників, деформацією та руйнуванням трудових цінностей, зниженням трудової дисципліни, незацікавленістю працівників у розвитку професійного рівня та наростанням трудової апатії.

В аграрній сфері сформувався досить сталий тип працівника – байдужого, малоініціативного. Спостерігається недовикористання професійно-кваліфікаційного складу людей, насамперед, із вищою освітою.

Формування ринку аграрної праці відбувається в надзвичайно складних умовах. Це відсутність реальної конкуренції між різними формами власності і зайнятості, фактична монополія господарювання, що значно звужує можливості місця роботи. Також значна питома вага некваліфікованої праці і низький рівень продуктивності праці та оплати аграрної праці, яка значно відстає від ціни робочої сили. Крім того, спостерігається недостатній освітній та професійно-кваліфікаційний рівень робочої сили.

Основними проблемами, що вимагають розв'язання, є подолання загальної тенденції до уповільнення економічного росту, зупинення спаду виробництва і сучасної депресії, а також припинення неефективного використання ресурсів. Зміна негативних тенденцій на позитивні можлива

лише у випадку продуктивної зайнятості сільського населення. Але формуванню її заважає суцільна економічна криза, що охопила всі сфери і галузі господарства держави.

Глибока відсталість розвитку соціально-економічної структури сільського господарства від світового рівня призводить до того, що уповільнення науково-технічного прогресу в цій сфері економіки надає особливу гостроту соціальним конфліктам і зтяжкому характеру економічних потреб, пов'язаних з реформуванням аграрного сектору.

Серед мотивів зайнятості в сільському господарстві молоді основними є: високий заробіток, зручний режим роботи, сприятлива морально-психологічна атмосфера в трудовому колективі, близьке розташування від дому, престижність роботи на думку оточуючих і знайомих, добрі особисті стосунки із власником підприємства. Помітно збільшилася чисельність тих, хто вважає для себе основним джерелом формування сімейних доходів особисте селянське господарство. Переважна частина сільської молоді бажає займатися підприємницькою діяльністю в сільському господарстві, але не має для цього відповідних знань і досвіду роботи. Дедалі більшого розповсюдження набуває зайнятість української молоді за кордоном. Головними мотивами праці за кордоном є: вищі, ніж на батьківщині, заробітки, бажання побачити інші країни, запозичити закордонний досвід роботи, складність пошуку роботи в Україні за спеціальністю. Мотивація зайнятості в сільському господарстві передбачає зміну підходів до нарахування заробітної плати. На макрорівні (рівні держави) – це збільшення середнього розміру заробітної плати в аграрній сфері. З метою поліпшення умов праці в сільськогосподарських підприємствах необхідним є регулярне проведення паспортизації санітарно-технічного стану виробничих приміщень, транспортних засобів, обладнання й окремих робочих місць. У сільськогосподарських підприємствах слід впроваджувати заходи щодо оздоровлення працівників різних професій. Мотивація зайнятості в ОСГ передбачає створення виробничої й обслуговуючої інфраструктури, а також системи взаємозв'язків ОСГ із сільськогосподарськими і переробними підприємствами. Необхідним є надання зайнятому в ОСГ населенню консультаційної та юридичної допомоги з питань навчання основам господарської діяльності. Важливим питанням є розробка альтернативних форм соціального страхування даної групи населення, ознайомлення селян з особливостями нової пенсійної реформи.

Основним результативним показником стану мотивації праці є рівень її продуктивності, який безпосередньо залежить від оплати праці. Однак така залежність підтверджується не завжди, що зумовлено недосконалістю системи оплати праці в окремих галузях сільськогосподарського виробництва, та спричиняє потребу в застосуванні інших неплатіжних матеріальних і нематеріальних форм мотивації працівників. Одна з важливих причин небажання сільських жителів працювати у сільськогосподарських підприємствах – це незадовільні умови праці.

В якості основних інструментів державної політики створення робочих місць в аграрній сфері доцільно використовувати такі:

- удосконалення законодавчого забезпечення підприємницької діяльності та захисту інвестицій в аграрній сфері;
- активізація притоку інвестицій вітчизняних та іноземних інвесторів, утворення сприятливих умов для акумуляції власних коштів аграрних товаровиробників;
- оптимізація оподаткування з урахуванням сезонності, тривалості циклів, земельних відносин;
- кредитне забезпечення виробничих процесів, розширення та модернізації виробничих потужностей, у тому числі на пільгових умовах за рахунок реалізації спеціальних програм підтримки;
- розвиток аграрного лізингу;
- поліпшення страхового захисту товаровиробників; .

Реалізація визначених напрямів створення робочих місць сприятиме вирішенню проблеми зайнятості населення та в кінцевому підсумку утворить умови для розвитку аграрної сфери, зміцнення продовольчої безпеки, зростання експортного потенціалу держави та позитивно відіб'ється на економічному піднесенні.

СЕКЦІЯ 9

НОВА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ

Бучко М.О.,

курсант 2 курсу факультету фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.В. Соломіна

ЗАБЛОЦЬКА А.О.,

курсант 2 курсу факультету фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.В. Соломіна

РЕФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ В УКРАЇНІ

Сучасна практика підтверджує, що фінансування освітнього процесу у світі ґрунтується на залученні коштів приватних осіб шляхом: встановлення плати за навчання; формування підприємницьких університетів, які здатні комерціалізувати результати своєї діяльності; використання грантів, створення ендавментів. Схеми фінансування вищої освіти мають свої особливості: у США, Японії, Австралії, Ізраїлі приватні кошти перевищують половину всіх джерел фінансування вищої освіти, а в Південній Кореї та Чилі взагалі сягають 75%. Натомість у більшості країн ОЕСР держави фінансують до 70% усіх обсягів бюджетів університетів, що дозволяє їм впливати на процеси їх перетворень, що забезпечують якість освіти набагато вищі за інші країни [1].

Щодо ситуації в Україні, залучення коштів приватних осіб не дозволяє розв'язати навіть поточні проблеми університетів, через те, що: українські ЗВО потребують значних коштів на оновлення і розширення матеріально-технічної бази, розвиток науково-дослідної роботи; освітнє середовище містить численні пастки для приватного фінансування, адже в суспільстві існує недовіра до діяльності вітчизняних ЗВО з боку споживачів освітніх послуг, роботодавців, інвесторів. Підтвердженням ситуації слугує статистика: у 2000-2010 рр. кількість приватних ЗВО III-IV рівнів акредитації зростала, частка студентів, які навчалися в них, була стабільною, а у фінансуванні ЗВО в цілому переважали кошти фізичних осіб. Проте у 2010-2016 рр. тенденція змінилася на протилежну: кількість приватних ЗВО скоротилася з 99 до 80; частка студентів, змінилась з 12,4% до 8,4%, зменшилась питома вага студентів, які навчалися за рахунок фізичних осіб у ЗВО усіх форм власності, з 60,3% до 51,0%. При цьому за 2009-2016 рр. кількість студентів за кордоном збільшилася з 28 тис. до 68 тис. [2].

Сутність освітніх послуг розкривається через двірчі блага: їх якість не можна виміряти й оцінити під час вступу до ЗВО, під час освітнього процесу, можна лише довіряти (або не довіряти) рейтингам, оцінкам національних органів із контролю якості освіти. Крім того, сам ринок освітніх послуг є асиметричним з неповною інформацією [3]: при перевірці в CEDOS отриманої від університетів інформації про цитованість статей, опублікованих у наукових виданнях, виявилось, що три-чотири десятки університетів давали неправдиві дані, за даними антиплагіатної ініціативи «Дисертгейт», в Україні кожен третій-четвертий зі 120 тис. осіб із науковими ступенями здобув їх неправомірно [3], проте жоден ЗВО не компенсує втрати студентів або замовників освітніх послуг. Саме за таких умов якість освітніх послуг з'ясовується тільки на ринку праці, проте жоден ЗВО не компенсує втрати студентів або замовників освітніх послуг, тому найменшу зацікавленість у розвитку університетської освіти виявляє приватний бізнес: його участь у фінансуванні сягає рівня 0,8%, і тільки у післядипломній освіті - до 12% витрат [3].

Не стало надійним джерелом фінансування ЗВО і благодійництво у формі створення ендавментів. Якщо у США близько 20% університетів за рахунок інвестиційних доходів від ендавментів повністю фінансують навчальні й науково-дослідницькі проекти, то в Україні функціонують лише невеликі за розмірами ендавменти при Інституті міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Університеті банківської справи та Національному університеті «Києво-Могилянська академія». При цьому законодавча база для

створення університетських ендавментів існує, а вкладення коштів в університетські ендавменти могли б демонструвати відкритий механізм їх розміщення та використання інвестиційних доходів.

Утім, випускників від благодійності стримують низька репутація окремих університетів, брак заощаджень та негативні спогади про навчання; підприємців - невіра в можливість прибутково розмістити кошти ендавментів в умовах корумпованої економіки, відсутності ефективних інвестиційних ринків та юридичної неврегульованості інвестування в закордонні активи. Самим же університетам бракує фінансових менеджерів, які б уміли управляти ендавмент-фондами.

Нова модель економічної діяльності у сфері вищої освіти України передбачає реалізацію права університетів на економічну самостійність, генерування власних, позабюджетних доходів, зростання ролі приватного фінансування розвитку, що потребуватиме змін у правовому регулюванні та часу для їх усвідомлення суспільством.

Література:

1. Концепція реформування економічної діяльності у сфері вищої освіти України // Ліга Закон. 2017. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT4045.html.

2. Kwiek M. De-privatization in higher education: a conceptual approach // Higher Education. 2017. Vol. 74. № 2. P. 259-281. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10734-016004>

3. Слободян О. Українські студенти за кордоном: скільки та чому? [Електронний ресурс] / О. Слободян, Є. Стадний // CEDOS: Аналітичний центр. 2016. URL: <https://cedos.org.ua/uk/osvita/ukrainskistudenty-za-kordonom-skilky-ta-chomu>.

ДИВАК В.В.,

к.п.н., доцент,

доцент кафедри комп'ютерних наук

Київського національного торгово-економічного університету

ЕКОНОМІЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКА ШКОЛИ ВИКЛИК СЬОГОДЕННЯ

Актуальність теми дослідження зумовлена новими економічними умовами, що формуються в Україні, де особливої ваги набуває знання принципів і закономірностей економічного розвитку суспільства, економічна освіта. Одним із пріоритетних напрямків Державної програми економічного і соціального розвитку України на 2018 рік є оптимізація обсягів підготовки та перепідготовки кадрів з вищою освітою в контексті інноваційного розвитку національної економіки; надання державної підтримки для підготовки фахівців за напрямками, що стимулюють розвиток пріоритетних базових галузей економіки у форматі «наука-освіта-технології».

Керівники закладів середньої освіти, гімназій, ліцеїв на сучасному етапі розвитку освіти зацікавлені в отриманні знань з господарських, фінансових та маркетингових питань в освіті, оскільки вони самі стають менеджерами, управляють педагогічною системою школи, її розвитком, організовують і стимулюють професійну діяльність педагогічних працівників, вивчають попит на освітні послуги та забезпечують їх якісне надання, займаються господарською діяльністю, намагаючись дотримуватися відповідності показників роботи навчального закладу державним стандартам загальної середньої освіти, утримувати його конкурентоспроможність на ринку освітніх послуг, мати достатній рівень професійної компетентності.

Важливою складовою професійної компетентності директорів ЗНЗ є економічна компетентність. За останні роки до сфери педагогіки увійшли такі економічні поняття, як освітні послуги, якість освіти, конкуренція між навчальними закладами та ін.

Питання економічної підготовки директорів ЗНЗ проаналізовані в роботах Г. Дмитренка, В. Куценко, А. Кітова, А. Нісімчука, В. Саюк, О. Шпака та ін. Але в цих роботах не в повній мірі відображено зміст, не розкриті складові, не розроблено модель розвитку економічної компетентності директорів загальноосвітніх навчальних закладів.

У результаті теоретичного аналізу науково-педагогічної літератури з'ясовано, що питання економічної компетентності директорів ЗНЗ предметно не розглядалося.

Причинами, які стримують розвиток економічної компетентності директорів ЗНЗ, є відсутність у переважній більшості директорів ЗНЗ фахової підготовки, відсутність моделі розвитку економічної компетентності директора ЗНЗ, недосконалість використання засобів ІКТ у процесі підвищення

кваліфікації цієї категорії працівників та недостатня визначеність організаційно-педагогічних умов навчання.

Покращити економічну компетентність директорів загальноосвітніх навчальних закладів можна в системі післядипломної педагогічної освіти.

На даний час основними формами підвищення кваліфікації керівних і педагогічних кадрів у навчальних закладах післядипломної педагогічної освіти є очна, очно-дистанційна і заочна.

Очно-дистанційна форма підвищення кваліфікації має переваги на сучасному етапі розвитку післядипломної педагогічної освіти через можливість проведення тривалого дистанційного етапу навчання з використанням інформаційно-комунікаційних технологій.

Основним завданням дистанційного етапу очно-дистанційного навчання є якісне забезпечення та супровід самостійної роботи слухачів з використанням технологій дистанційного навчання. Саме інформаційно-комунікаційні технології повинні відігравати провідну роль у проведенні дистанційного навчання, у підготовці і поширенні масової інформації, у подальшому розвитку культури, освіти, науки, забезпеченні взаємодії людей.

На основі аналізу понять «компетентність», «управлінська компетентність», «професійна компетентність», «професійна діяльність директорів ЗНЗ», освітньо-кваліфікаційної характеристики керівника загальноосвітнього навчального закладу, ми визначили економічну компетентність директора ЗНЗ як систему фінансових, матеріальних і господарських знань та вмінь, що окреслюють цілісну суть створення, розподілу, обміну і споживання матеріальних і духовних благ, формування економічного мислення вчителів і учнів з метою забезпечення ефективної діяльності загальноосвітнього навчального закладу.

У структурі економічної компетентності ми виділили мотиваційний, когнітивний, операційний і оцінний компоненти. Мотиваційний включає ставлення до економічної діяльності директорів ЗНЗ, що виражається у намірах ефективно використовувати матеріальні і людські ресурси, покращувати економічні показники навчального закладу з метою забезпечення якісної загальної середньої освіти. Когнітивний охоплює знання основ економіки: фінансів, маркетингу, підприємницької діяльності. Операційний охоплює форми, методи, прийоми економічного впливу, сформовані на рівні вмінь і навичок. Оцінний передбачає аналіз оцінювання та самооцінювання рівня економічної компетентності з метою визначення змісту навчання.

Економічна компетентність директорів ЗНЗ містить фінансову, маркетингову, підприємницьку складові та має три рівні: низький, достатній, високий.

Література:

1. Биков В. Ю. Дистанційні технології навчання в забезпеченні формування освіти України / В. Ю. Биков // *Управління проектами*. – 2001. – № 2. – С. 28–33.
2. Єльнікова Г. В. *Управлінська компетентність* / Г. В. Єльнікова. – К. : Ред. загальнопед. газ., 2005. – 128 с.
3. Корнійчук О. Є. Еволюція формування економічного мислення / О. Є. Корнійчук // *Педагогіка і психологія*. – 2006. – № 1. – С. 22–29.
4. Саюк В. І. Розвиток економічної компетентності педагогічних працівників у системі підвищення кваліфікації // *Вища освіта України. Додаток 3 (Т.3). Тематичний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору»*. – К., 2006. – С. 511–520.

КАЗАКОВА Т.С.,

к.е.н., старший викладач кафедри менеджменту і адміністрування
Херсонського державного університету

ПРОФЕСІЙНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ФАХІВЦІВ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сьогодні на успіх у глобальній конкурентній боротьбі між окремими підприємствами, регіонами, країнами може розраховувати лише той, хто здатний створювати нові знання і на їх основі розробляти нові технології, нові продукти, постійно задаватись новими питаннями і винаходити нетрадиційні шляхи їх розв'язання [3]. Визначальна роль у створенні «трикутника знань» (освіта – наукові дослідження – інновації) відводиться закладам вищої освіти, які мають бути каталізаторами інноваційних проектів і в кінцевому результаті – генераторами благ і добробуту. Заклад вищої освіти як організація покликаний не лише передавати студентам знання, а й продукувати нові, і шляхом залучення студентів до перманентного наукового пошуку навчати їх критично аналізувати, самостійно,

вільно, креативно мислити і діяти, самим формулювати і розв'язувати нові проблеми, розвиватись і навчатись протягом усього життя. Нині уряди багатьох країн приділяють посилену увагу саме науковій діяльності університетів і значно нарощують інвестиції в цю сферу [3].

У сучасних умовах децентралізації та відносно автономії функціонування у закладах вищої освіти починає домінувати функціональний підхід до управління навчальним процесом, що акцентує увагу на самостійних функціях учасників навчального процесу. Водночас, досвід застосування процесних підходів робить акцент на міжфункціональних процесах, які об'єднують окремі функції і орієнтовані на досягнення кінцевого результату у формі цілісної системи компетентностей фахівця. З точки зору процесного підходу освітня організація розглядається як велика кількість складних процесів. При цьому у контексті такого розгляду освітніх процесів для кожного з них суворо визначаються його межі, власники, постачальники і споживачі. Кожен з таких складних процесів можна піддати подальшій декомпозиції на окремі підпроцеси. У системі вищої освіти він передбачає побудову процесних моделей для різних структурних рівнів ієрархії, починаючи з найвищого (рівень університету) і закінчуючи рівнем окремої дисципліни.

На основі парадигмального моделювання виокремлюють основні компоненти професійної компетентності фахівця (А. Семенова [2]):

- мотиваційний – прагнення до появи компетентності (прагнення до прояву цієї властивості у діяльності, поведінці людини);
- когнітивний – володіння знаннями щодо змісту компетентності (знання засобів, способів, програм виконання дій, рішення соціальних і професійних завдань, здійснення правил і норм поведінки);
- поведінковий – досвід прояву компетентності в різноманітних стандартних і нестандартних ситуаціях;
- ціннісно-смысловий – відношення до змісту компетентності та об'єкту її прикладення (особистісна значущість);
- емоційно-регуляційний – прояви емоційно-вольової саморегуляції процесу та її результату.

Досліджуючи умови формування професійної самосвідомості, виявлено, що даний феномен має подвійну природу, елементарну й динамічну, та включає в себе етапи зародження, розвитку і становлення. Професійне становлення людини детермінується рівнем сформованості професійної свідомості. Водночас, період активного формування професійної самосвідомості починається після вибору професії або початку трудової діяльності випускника школи. Такий процес здебільшого означає закінчення сумнівів у правильності прийнятого рішення професійного вибору, при цьому людина може підніматися «професійними сходами», підвищуючи і розширюючи свою кваліфікацію, або змінювати професію, місце роботи та кваліфікацію внаслідок необгрунтованого вибору напряму професійної діяльності.

Багаторічні спостереження над найнятими співробітниками дозволили виявити ключові фактори їхньої успішності: здатність до командної роботи, аналітичне мислення, вплив на розвиток колег, впевненість у собі, міжкультурна і міжособистісна сприйнятливність, здатність поважати людей іншої культури та передбачати їхню реакцію. Фокус має бути не на знаннях і вміннях як таких, а на особистих якостях – розвинутому інтелекті, внутрішній свободі та лідерському потенціалі. Це підтвердив і Світовий економічний форум, визначивши ключові компетенції, необхідні у XXI столітті, які відображені у таблиці 1 [1].

Таблиця 1

Ключові компетенції, необхідні у XXI столітті

Ключові компетенції у 2015 році	Ключові компетенції у 2020 році
- комплексне розв'язання проблем	- комплексне розв'язання проблем
- координація з іншими	- критичне мислення
- управління людьми	- креативність
- критичне мислення	- управління людьми
- здатність до переговорів	- координація з іншими
- контроль якості	- емоційний інтелект
- орієнтація на надання послуг іншим	- здатність оцінювати ситуацію і приймати рішення
- здатність оцінювати ситуацію і приймати рішення	- орієнтація на надання послуг іншим
- активне слухання	- здатність до переговорів
- креативність	- когнітивна гнучкість

Джерело: складено на основі [1]

Отже, одним з головних завдань діяльності науково-педагогічних працівників у закладах вищої освіти є формування компетентностей, що дозволять забезпечити потенційних студентів й слухачів якісними знаннями щодо прийняття рішень в умовах неповної інформації з урахуванням кількісних характеристик ситуацій, в якій аналізується дане рішення.

Література:

1. Михайленко О., Блейон Т. *Постіндустріальна вища освіта крізь призму технологій, свободи, лідерства і культури: результати українсько-канадського пілотного дослідження цифрових компетенцій та культурних цінностей студентів і викладачів [Електронний ресурс]. URL: <http://www.edu-trends.info/uoit-project>. (дата звернення: 10.10.2019).*
2. *Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах : монографія / В. Т. Лозовецька. Київ: 2015. 279 с.*
3. Сацук В. І., Антонюк Л. Л., Василькова Н. В. *Світовий досвід становлення і розвитку дослідницьких університетів. Університетська освіта. 2011. № 1. С. 58–66.*

ЛЄМЕШКО А.Д.,

студент Університету імені Альфреда Нобеля

Науковий керівник: к.т.н., доцент В.М. Орлова

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ – ОДИН ІЗ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ АКТИВНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У наш час інноваційними технологіями заповнюють усі сфери діяльності, бо кожен хоче йти у ногу з сучасним світом. Так і вищі заклади освіти намагаються не відставати від сьогодення, та впроваджують різні інноваційні технології для підвищення якості освіти студентів. Сучасна молодь дуже залежить від інновацій, тому обираючи місце здобування вищої освіти, їх погляди будуть схильні до університетів з сучасними поглядами та з наявністю інноваційних технологій.

З впровадженням інноваційних технологій у сфері організації праці відбулись такі зміни, як комп'ютеризація виробництва та встановлення нового сучасного обладнання, підвищилися і вимоги до робітників. Вони повинні вміти адаптуватися до технологічних і організаційних нововведень на підприємстві. Тому підготовка такого робітника потребує сучасних методів навчання, змін у процесі професійної підготовки, нових підходів до організації процесів. Результатом усіх цих нововведень є абсолютно підготовлена людина, яка може швидко адаптуватися до змін на виробництві.

Для того, щоб підготувати такого сучасного робітника, у закладах надання середньої або вищої освіти впроваджують «інноваційне навчання».

Інноваційне навчання – це процес і результат такої освітньої діяльності, яка заохочує інновації вже в існуючу культуру та соціальне середовище [1]. Таке навчання активізує участь людини в не тільки її особистих проблемах, а й в проблемах усього суспільства. Таке навчання пов'язано з творчим збагаченням особистості.

Також важливу роль в інноваційному навчанні грає викладач, та його рівень педагогічної та професійної майстерності.

Кожен викладач повинен самостійно впроваджувати ефективні та нові методи навчання. Як правило, здобувачі вищої освіти більш активні на заняттях, коли в них вноситься більше новизни. Також дуже важливими є засоби запам'ятовування та зберігання інформації, такі як складання плану, виділення найголовнішого, складання логічних схем, смислове угруповання матеріалу, переказ та доповнення матеріалу [1].

Основними напрямками впровадження інноваційних технологій повинні стати:

- освоєння засобів комунікації;
- створення таких предметно-орієнтовних мереж, які будуть дозволяти використовувати електронні підручники, мультимедійні засоби, медіа класи та ін.;
- навчання різних навичок «навігації» в інформаційному просторі;
- розвиток дистанційної освіти [2].

Для того, щоб оптимально використовувати усі вище зазначені технології, можна визначити такі шляхи впровадження їх в початковий процес: забезпечення вільного доступу до Інтернету за допомогою мережі Wi-Fi; створення системи моніторингу функціонування інфраструктури освітньої діяльності; інтеграцію в європейські та національні науково-освітні телекомунікаційні мережі [3].

Отже, впровадження інновацій сприяє не лише підвищенню рівня кваліфікації фахівців, а й переорієнтації професійних знань на особистість. Йде час, удосконалюються технологічні процеси, але все одно потрібна досвідчена, спеціально навчена людина, яка буде керувати процесом. Без робітника не впровадиться нова ідея вченого або новий проект інженера, не буде працювати техніка. Світ не стоїть на місці, з кожним днем у ньому відкривається щось нове, що треба вивчати й вдосконалювати. Люди також повинні навчатись, пізнавати щось нове, щоб рухатися вперед і не зупинятись на досягнутому.

Література:

1. Палига О.В. Інноваційні технології навчання при підготовці кваліфікованих робітників в системі професійно – технічної освіти / О.В. Палига, І.А. Притула [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://vpl57.zp.ua/file/IYPNoweV>
2. Батюта Т.В. Інноваційні освітні технології в контексті євроінтеграції /Т.В. Батюта [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://confesp.fl.kpi.ua/fr/node/1213>
3. Моца А.А. Інноваційні технології навчання у вищій військовій освіті України: практичне застосування / А.А. Моца // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». – 2017. – № 5 (27). – С. 30-38.

ЛІХАЧОВА О.О.,

студентка 1 курсу магістратури факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

Науковий керівник: д.т.н., проф.В.М. Варталян

ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЕКТНОГО ПІДХОДУ ПРИ ПРОВЕДЕННІ СТУДЕНТСЬКО-ПРОМИСЛОВОГО ФОРУМУ «ЯРМАРОК ВАКАНСІЙ» У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

В умовах стрімкого розвитку технологій і зростаючих пропозицій застосування проектного підходу при проведенні студентсько-промислових форумів набуває своєї актуальності. «Ярмарок вакансій» – захід, зацікавленими сторонами якого є студенти та випускники (на форумі є можливість познайомитись з компаніями-роботодавцями та їх вимогами, знайти перше місце роботи, базу практики або стажування, отримати перший досвід співбесіди, прийняти участь у лекціях представників компаній), роботодавці (мають нагоду заповнити наявні вакансії, сформувавши базу даних резюме студентів, презентувати компанію, розширити низку професійних контактів), а також заклад вищої освіти (захід сприяє поглибленню співпраці з провідними підприємствами та організаціями України).

Ціль Ярмарку – сприяти прямому максимально ефективному обміну інформацією між студентами та роботодавцями для підтримки прийняття зваженого кар'єрного рішення студентами [1].

Проектний підхід під час розробки плану і втілення проекту «Ярмарок вакансій» здійснюється шляхом застосування та інтеграції проектних процесів, та складається з кількох етапів.

Проект розпочинається з *ініціації проекту*. На етапі ініціації пропонуються та формулюються загальна ідея та мета проекту, які відповідають стратегічним цілям. Здійснюється збір та повний аналіз достовірної інформації шляхом попередніх досліджень, які необхідні для подальшої розробки проекту; проводиться узгодження формату проведення заходу, визначення строків життєвого циклу проекту, складання кошторису (умов визначення участі компаній-роботодавців), розробляється наказ про захід та його підпис у керівництва університету.

Планування проекту. На цьому етапі формується загальна стратегія проекту. Документуються плани по проекту: визначаються завдання, формується бюджет, розподіл обов'язків по проекту, пошук і вибір наповнення заходу, аналіз пропозицій від підрядників та їх залучення. Визначаються ризики і плани роботи з ними при їх виникненні.

Виконання проекту. Членами проектної команди здійснюється робота з виконання проекту: моніторинг ринку праці, запрошення учасників, створення, просування і підтримка сторінок у соціальних мережах, просування проекту за допомогою інформаційних партнерів, розробка дизайну поліграфії та брендової продукції. Отримання ресурсів для здійснення робіт, підготовка місця проведення заходу, технічного забезпечення, супроводу та організації візитів гостей-учасників.

Оскільки команда проекту «Ярмарок вакансій» є самоорганізуючою і нечисленною, в ній немає чіткого розподілу ролей, то для удосконалення роботи над реалізацією проекту можна застосовувати гнучкі методології, такі як Scrum і Kanban.

Моніторинг і контроль проектної діяльності представляє собою систематичний і постійний збір і аналіз інформації про хід реалізації проекту. Моніторинг здійснюється шляхом поточної звітності. Внутрішні проміжні звіти за проектом готуються відповідно плану реалізації проекту членами проектної команди. Звіти мають інформувати зацікавлені сторони з точки зору витрат, використання ресурсів, здійснення діяльності, досягнення результатів і управління ризиками.

Документування реалізації проекту та його моніторингу може здійснюватися з використанням відповідного програмного забезпечення MS Project.

Після *завершення проекту* здійснюється оцінювання діяльності та результатів даного проекту шляхом аналізу зібраних статистичних даних (кількість присутніх на заході компаній-партнерів за сферами діяльності, гостей-учасників, студентів та випускників; отримання відомостей про кількість залишених резюме, кількість студентів запрошених на співбесіду, даних щодо кількості студентів, які записалися на стажування та практику). Проектна команда готує необхідну внутрішню звітність, а також звітність перед спонсорами та цільовою аудиторією.

Проект вважається успішним, якщо його мета досягнута у передбачений строк, вона відповідає загальній меті закладу вищої освіти, затвердженій на стадії ініціації проекту, результати проекту відповідають встановленим вимогам щодо обсягів та якості і їх вартість не перевищує запланованої у бюджеті [2].

Проектний підхід сприяє більш чіткому визначенню цілей ефективності її досягнення, оптимізації ресурсів, виявленню ризиків. Він являє собою ефективний інструмент для рішення стратегічних завдань в умовах постійних змін.

Література:

1. *Модель співробітництва університетів і бізнесу. Розвиток університетсько-промислових зв'язків / [Виходець Ю.С., Глуценко І.В., Довгопол М.Ю. і др.]; Под редакцією І.В. Чумаченко. – Х. : Райдер, 2008. – 104 с. – Библиогр.: с. 56–57. – ISBN 978-9661511-10-0*

2. *Управління проектами: процеси планування проектних дій [Текст]: підручник / І.В. Чумаченко, В.В. Морозов, Н.В. Доценко, А.М. Чердиченко. – К. : КРОК, 2014. – 673 с. – ISBN 978-966-7735-92-2*

НЕСЕН І.О.,

викладач вищої категорії, викладач-методист
Миколаївського державного коледжу економіки та харчових технологій

РІВЕНЬ СФОРМОВАНOSTІ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ – ГОТОВНІСТЬ ВИПУСКНИКА ВНЗ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Під час навчання студентів у ВНЗ один із основних обов'язків викладачів – навчити студентів вчитися. У нашому випадку навчити студентів відшукувати нові економічні терміни з різних інформаційних джерел, установлювати асоціативні зв'язки з відповідною економічною галуззю знань, обирати найраціональніші шляхи та методи їх запам'ятовування, розвивати зацікавленість у підвищенні власного професійного рівня та кваліфікації фахівця.

Використання на заняттях економічної інформації одержаної з засобів мас-медіа, з економічних газет і журналів, наведення життєвих прикладів використання термінології, що вивчається, забезпечить розвиток пізнавальних якостей у майбутніх економістів. Отже, використання проблемно-розвивального навчання у ВНЗ під час викладення фахових дисциплін дасть можливість сформувати творчу особистість, яка має більше переваг на сучасному конкурентному ринку праці.

Сьогодні підготовка фахівців у будь-якій сфері повинна здійснюватися на новій концептуальній основі в рамках компетентнісного підходу. Зміна парадигми вищої освіти на основі компетентнісного підходу має за мету перенесення акцентів з організації навчального процесу на його кінцевий якісний результат. За таких умов в процесі навчання необхідно формувати не кваліфікації, а компетенції.

Реалізація нового підходу до концепції освіти в українських умовах, а відтак, необхідність формування компетенцій у студентів, вимагає однозначного концептуального розуміння і тлумачення таких понять як «компетенція» і «компетентність».

Звернувшись до численних визначень компетенції, вважаю за доцільне зупинитись на різновидах і суті категорії «компетенція» як здатності фахівця виконувати певні професійні завдання. У досліджених тлумаченнях компетенції загальним є їх змістова основа: знання, які повинна мати особа; коло питань, в яких особа повинна бути обізнана; досвід, необхідний для успішного виконання роботи відповідно до встановлених прав, законів, статуту. Отже, доходимо висновку, що компетенція розглядається одночасно в трьох сенсах:

- як коло питань, в яких особа повинна бути обізнана, коло повноважень, делегованих суб'єкту (посадовцю, органу управління, групі і т.п.);

- як досвід, інформаційний ресурс, знання в певній предметній галузі, якими володіє суб'єкт;

- як соціально задана вимога до підготовки особи у певній сфері.

Водночас професійним компетенціям закордонні роботодавці відводять нижчий рівень затребуваності, аргументуючи тим, що знання та навички швидко набуваються, а загальні компетенції є «стійкою частиною людської особистості», які оцінити і розвинути важче, оскільки більшість так званих загальних компетенцій формуються задовго до початку навчання індивіда у ВНЗ. Саме з цих причин в Європейських країнах надають перевагу при прийнятті людей на роботу за критерієм наявності необхідних загальних компетенцій. Такий підхід дозволяє чітко визначити, що необхідно розробити для переходу системи освіти та професійної діяльності на компетентнісний підхід. Це:

- визначити повноцінний перелік усіх компетенцій, які можуть бути затребувані в різних галузях професійної та соціальної діяльності держави;

- визначити кількість рівнів компетентності для всього періоду освітньої та професійної діяльності індивіда;

- визначити склад і рівні компетенцій для кожного рівня компетентності (з урахуванням конкретної професійної діяльності).

Забезпечення компетентнісного підходу при викладанні дисциплін вимагає впровадження інноваційних педагогічних технологій в навчальний процес. З погляду роботодавців, застосування інноваційних методів навчання забезпечить ефективне формування загальних та професійних компетенцій із навчальних дисциплін та задовольнить виклик часу щодо підвищення якості підготовки випускника ВНЗ, характерної здатністю:

- орієнтуватися в суміжних галузях знань;

- застосовувати нетрадиційні підходи до вирішення різних проблем, знаходити конкурентоспроможні рішення проблем;

- просувати результати своєї професійної діяльності на відповідних ринках;

- підтримувати професійну конкурентоспроможність на всіх етапах професійної кар'єри.

Література:

1. Бабаян О. О. *Формування професійної компетентності майбутніх економістів засобами імітаційно-рольового моделювання: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти»* / О. О. Бабаян. – Вінниця, 2009. – 20 с.

2. Бібік Н. М. *Компетентнісний підхід: рефлексивний аналіз застосування* / Н. М. Бібік // *Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи*. – К.: К.І.С.. – 2014. – С. 47-52.

3. Бондар С. *Термінологічний аналіз понять «компетенція» і «компетентність» у педагогіці: сутність та структура [текст]* / С. Бондар // *Освіта і управління: науково-освітній суспільно-управлінський часопис*. – 2015. – [том10]. – №2. – С. 93-99.

РЯБОКОНЬ І.О.,

старший викладач кафедри управління персоналом та економіки праці
Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана,

Науковий керівник: Л.В. Щетініна

НОВА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ В УКРАЇНІ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ВИКЛИКИ

Метою і пріоритетними напрямками Національної стратегії розвитку освіти на 2012–2021 роки є підвищення доступності якісної, конкурентоспроможної освіти для громадян України відповідно до вимог інноваційного сталого розвитку суспільства.

Стратегічними напрями розвитку освіти зокрема є реформування системи освіти на основі філософії «людиноцентризму» та підвищення соціального статусу педагогів.

Згідно поставленої мети особливої уваги потребує проблема підвищення якості трудового життя педагогічних та науково-педагогічних працівників.

Вища школа покликана формувати інтелект нації. Від цього залежить майбутнє. Парадигма розвитку освіти України у ХХІ ст., зокрема вищої, зумовлюється якісними характеристиками суспільства майбутнього [1, с.4].

Вимірювання якості трудового життя викладачів має враховувати специфіку їх праці, а саме поєднання наукової та педагогічної діяльності, активні комунікації, сбалансованість аудиторної та кабінетної роботи, перспективи кар'єрного росту, значні можливості для творчості.

Зазначені особливості, широкий спектр компонентів і складових якості трудового життя призводять до труднощів в реалізації теоретичних положень щодо вимірювання якості трудового життя педагогічних та науково-педагогічних працівників на практиці.

Викладач- перш за все комунікатор, для якого важливі навички соціальної взаємодії, співпереживання [2, с.314].

Включення показників науково-дослідної діяльності в системи мотивації викладачів ЗВО часто пояснюється тим, що активна наукова робота викладача позитивно позначається на якості його викладання. Однак в науковій літературі можна знайти як підтвердження зазначеної думки, так і сумніви в його валідності [3].

Існує необхідність привести існуючу норму у відповідність міжнародним стандартам. Так, згідно європейських стандартів, викладачі мають 200-300 лекційних годин на рік.

Дисбаланс робочого часу НПП між його науковою роботою та аудиторним навантаженням перешкоджає становленню вітчизняних ЗВО.

Можна зробити висновок, що негативними наслідками надмірного навантаження на викладача є:

1) зниження якості викладацької діяльності, пов'язане з обмеженням часу викладача для роботи над постійною актуалізацією свого курсу;

2) обмеження часу, що відводиться викладачем на проведення наукових досліджень або практичну діяльність, або вимушена повна відмова від них.

Результатом заходів щодо формування конкурентоспроможної вітчизняної освіти має стати «Програма формування високої ЯТЖ викладачів у ЗВО». Очікуваними результатами виконання «Програми формування високої ЯТЖ викладачів у ЗВО» можуть стати:

- підвищення відсотка випущених фахівців до чисельності абітурієнтів;
- підвищення академічної доданої вартості;
- підвищення якості викладання;
- підвищення лояльності студентів;
- збільшення чисельності абітурієнтів;
- збільшення фінансування закладів освіти;
- підвищення конкурентоспроможності закладів вищої освіти.

Література:

1. Андрущенко В. Основні тенденції розвитку вищої освіти на рубежі століть / В. Андрущенко // Вища освіта України. — 2001. — № 1.

2. Flagg D, Gilley O. and Perk J. 2011 Job market signaling: what drives the productivity of finances Ph.Ds. *Financial Management*, vol. 40, pp. 483-513

3. Felder L.M. The Myth of superhuman professor *Journal of engineering education*, vol.83. 1004, pp.105-110. [Электронный ресурс] – режим доступу: <http://www.ecsu.edu/felder-public/Papers/Mythpap.html>

ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку освіта є важливим чинником ефективного функціонування суспільства і, зокрема, його економічної сфери. Економіка інформаційного суспільства базується на знаннях, тому значущим стає формування креативної особистості, здатної на основі здобутої інформації приймати відповідальні управлінські рішення.

Як стверджують учені [1], численні емпіричні дослідження підтвердили існування прямого зв'язку між змінами загального освітнього рівня населення країн і темпами економічного зростання. Суттєвість цього зв'язку та його важливість для реалізації потенціалу національної економіки робить актуальним дослідження передавального механізму імпульсу, одержуваного економікою від освіти. Найбільшою мірою це стосується функціонування національної системи вищої освіти.

Вища освіта посідає головну роль у вирішенні соціально-економічних, науково-технологічних, соціально-культурних і духовно-моральних проблем, у збереженні національної культури і традицій, а також у прогресуючому впливі на розвиток продуктивних сил суспільства [2, с. 113].

Науковець Чумаченко О. Г. наголошує, що вища освіта повинна забезпечити розвиток інноваційного циклу від стадії фундаментальних досліджень до випуску і реалізації наукомісткої продукції та технологій, формувати і удосконалювати інноваційну інфраструктуру, здійснювати підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації фахівців інноваційної сфери[3].

У нашій державі ще з радянських часів сформувалась потужна система закладів вищої освіти державної, комунальної і приватної форм власності. Вони здійснюють підготовку молодших бакалаврів, бакалаврів, магістрів, перепідготовку фахівців, підвищення кваліфікації працівників усього спектру спеціальностей, які необхідні для життєзабезпечення країни.

Рис. 1 показує процес формування і розвитку під впливом об'єктивних соціальних, економічних, духовно-ідеологічних і політичних чинників системи вітчизняної вищої освіти, який відбувався протягом 2010–2018 років. Бачимо скорочення кількості закладів з 813 у 2010/2011 н.р. до 661 у 2017/2018 н.р. (на 18,7%). За цей період майже на третину (27,3%) стало менше приватних навчальних закладів, тоді як заклади державної та комунальної форм власності зменшились тільки на 16,3% (з 637 до 533).



Рис. 2.1. Кількість закладів вищої освіти за формами власності у 2010–2018 рр.

Джерело: складено автором за [4, с. 15].

Провідну роль у системі вищої освіти відіграють університети, академії, інститути. Їх кількість останніми роками також стає меншою – якщо у 2012/2013 н.р. на ринку освітніх послуг готували

фахівців 316 закладів вищої освіти (з них 220 – державної та комунальної власності і 96 – приватної), то у 2017/2018 н.р. їх число зменшилось до 289 (212 державних і 77 приватних). У зв'язку з цим, відбулося зменшення кількості студентів, які у них здобувають освіту – з 1770311 осіб у 2012 р. до 1329964 осіб у 2017 р. або на 24,9 %. У розрахунку на 10000 населення кількість студентів протягом цього періоду зменшилась на 23,4 % (з 410 у 2012 р. до 314 у 2017 р.) [4, с. 16].

За таких умов постає проблема удосконалення функціонування системи вищої освіти у напрямі повної відповідності підготовки фахівців потребам ринкової економіки, забезпечення високотехнологічних галузей кваліфікованими спеціалістами, особливо у сферах інформаційних комунікацій, нанотехнологій, розвитку цифрової економіки та суспільства. Вітчизняні університети мають повністю відповідати сучасним вимогам щодо організації освітнього процесу та матеріально-технічного оснащення.

Література:

1. Радіонова І. Ф., Ткаченко Н. О. Соціальний капітал у формуванні екстерналій освітньої сфери. *Економічний часопис-XXI*. 2011. № 11/12. С. 3–7. URL:<http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/12345678954/01-Radionova.pdf1> (дата звернення: 7.09.2019).

2. Яцук Т. А. Шляхи удосконалення фінансового механізму вищої школи в Україні. *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Умань, 30 листопада – 1 грудня 2017 р.* Умань, 2017. С. 113–115.

3. Чумаченко О. Г. Роль вищих навчальних закладів у створенні інноваційної моделі зайнятості. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: європейський вектор – нові виклики та можливості : матеріали III Міжнар. конф., 14 травня 2015 р.* Львів : Національний університет «Львівська Політехніка». URL:<http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb.pdf> (дата звернення: 10.09.2019).

4. *Вища освіта в Україні у 2017 році : статист. збірник / за ред. І. Є. Вернера.* Київ: Держ. служба статистики, 2017. 298 с.

СЕКЦІЯ 10

ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ

АВРАМЕНКО Т.,

головний спеціаліст відділу з питань персоналу
та контрольної інформаційної роботи,
Департамент економічного та регіонального розвитку
Херсонської обласної державної адміністрації

**ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНО-ПРАВОВИХ
ЗАСАД ЗАПОБІГАННЯ ЗЛОЧИНІВ
У ГОСПОДАРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Злочини у господарській сфері мають значну сукупність нормативно-правових актів, що складають правові засади кваліфікації даних діянь. Диспозиції даної групи видових злочинів є банкетними: основні терміни є категоріально-понятійним апаратом господарського права, а тому для кваліфікації діянь, суб'єкти кваліфікації мають звернутися до нормативних актів, що регулюють господарську (підприємницьку) діяльність.

Правовими засадами регулювання злочинів у вигляді незаконної підприємницької діяльності, є нормативно правові акти, що безпосередньо визначають критерії «законної господарської діяльності», а також прямі норми-заборони здійснення окремих видів діяльності. До таких актів відносяться: Закони України: «Про підприємництво», «Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання, пов'язаної з виробництвом, експортом, імпортом дисків для лазерних систем зчитування», «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення», «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та пального», «Про банки і банківську діяльність», «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг».

Правовими засадами регулювання злочинів у вигляді неправомірної підприємницької діяльності, є нормативно-правові акти, що передбачають порядок реєстрації, ліцензування та здійснення підприємницької діяльності, оскільки для кваліфікації діяння як злочин, передбачений статтями 205-1, 212, 213 Кримінального кодексу України тощо, необхідно визначити належний порядок здійснення такої діяльності. Таким чином для даної групи злочинів нормативно правовою базою є: Податковий Кодекс України; Закони України: «Про ліцензування видів господарської діяльності», «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань», «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні», «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування», «Про металобрухт»; постанови Кабінету Міністрів України: від 23 листопада 2016 року № 852 «Деякі питання ліцензування господарської діяльності з надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення» тощо.

В європейських країнах, так само як в Україні, система протидії економічній злочинності складається з таких основних елементів: поліцейські органи; спеціалізовані правоохоронні органи; податкові служби; митні служби; органи фінансової розвідки [1].

Перший варіант розподілу повноважень у сфері протидії економічній злочинності – суто «поліцейський» підхід, коли ці функції інтегровані в діяльність поліцейських органів як один із напрямів діяльності. У Данії і Норвегії поліція поєднує функції протидії традиційній злочинності щодо порушення майнових прав, а також порушенням податкового, митного законодавства, відмиванню брудних грошей. Податкові і митні служби в цих країнах не мають правоохоронних повноважень і здійснюють тільки фіскальне адміністрування. Поза межами Європи подібну модель має Японія. Словенська модель відрізняється від окресленої тим, що фінансова розвідка віднесена до функцій міністерства фінансів.

Другий варіант інтеграції повноважень – «централізований» – дає Італія. Ця країна має потужну воєнізовану правоохоронну структуру, що спеціалізується на всіх видах економічних злочинів.

Фінансова гвардія Італії адміністративно підпорядкована міністерству економіки і фінансів. Цьому ж міністерству підпорядкований орган фінансової розвідки, але він не входить до структури Фінансової гвардії. Така модель має більш ніж вікову історію. Вона відбиває італійський досвід держаного будівництва й особливості географічного положення країни.

Третій варіант інституційної інтеграції полягає в об'єднанні податкових і митних служб у якості правоохоронних органів у рамках однієї адміністративної структури. Таку модель мають Австрія, Великобританія, Ірландія, Нідерланди, Португалія, Іспанія, а поза межами Європи – Південна Африка. Однак така організація не охоплює всі функції. Злочини, не пов'язані з порушеннями податкового і митного законодавства (або у випадках, коли такі правопорушення не є визначальними) належать до компетенції поліції. Крім того, в усіх зазначених країнах, окрім Іспанії і Південної Африки, поліція здійснює і функції фінансової розвідки (в Іспанії і Південній Африці – міністерство фінансів) [1].

Ми погоджуємося з автором [2], що кожна система правил допускає безліч реалізацій залежно від культурного і специфічно історичного середовища. З іншого боку, у запозичуваних інститутах можуть бути враховані особливості розвитку та специфіка економічного стану в процесі їх модифікації до конкретного середовища.

Література:

1. Їжак О. І. *Європейський досвід організації системи протидії економічній злочинності. Аналітична записка [Електронний ресурс] / О. І. Їжак // Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua>.*

2. Полтерович В. М. *Институциональные ловушки и экономические реформы // Экономика и математические методы. – 1999. – Т. 35, № 2. – С. 1-37.*

АНДРЕЄВ А.,

магістр Навчально-наукового професійно-педагогічного інституту
Української інженерно-педагогічної академії, м. Бахмут

Науковий керівник: доцент, к.е.н. О.А. Атаєва

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ ПОСЛУГАМИ В УКРАЇНІ

Питання державного управління системою надання соціальних послуг населенню України привертають останнім часом до себе увагу громадськості країни, бо вони є визначальними в проведенні заходів відбудови держави як самостійного і незалежного економічного організму. Саме ця галузь соціально-економічної науки стає найбільш актуальною і напутньою в розбудові суспільства нового типу на ринково-соціальних підвалинах.

Ця проблема спрямована на реалізацію прав і свобод людини у контексті соціальної справедливості. Тому визначається як сукупність практичних засобів, методів, інструментів, за допомогою яких реалізується державно-управлінський вплив, соціальна політика в системі надань соціальних послуг.

Слід зазначити, що з радянських часів в Україні в системі забезпечення соціальних послуг відбулися деякі зміни у бік роздержавлення і надання ринкових методів управління соціальним процесом. Відбулося певне наближення до системи забезпечення соціальних послуг, задіяної в країнах Європейського союзу, пов'язаних з ринковою методологією кількісного і якісного визначення та адресності соціальних послуг, пов'язаних також з розвитком науково-технічного прогресу та системних реформ у державному управлінні [1].

Науковими дослідженнями виявлено, що запровадженню соціальному контрактуванню повинно передавати встановлення державою мінімальної вартості соціальних послуг, стандартизація та оцінювання соціальних послуг, стандартизація та оцінювання соціальних послуг, сертифікація, акредитація та ліцензування.

Встановлено, що менеджеріалізм є сучасною парадигмою реформування державного управління, зорієнтованого на задоволення потреб громадян, надання їм якісних державних, соціальних, інших видів послуг.

Визначено, що збільшення дефіциту Держбюджету України призводить до недофінансування сфери соціальних послуг в межах 40%, що дало можливість виокремити такі недоліки: спрямування

бюджетних коштів виключно державними суб'єктами, які надають соціальні послуги, що порушує рівноправність суб'єктів, які надають соціальні послуги. Такий підхід руйнує конкуренцію.

З'ясовано, що соціальне замовлення в Україні знаходиться на етапі апробації. До проблем застосування цього інструменту віднесено нормативно-правову базу. Відсутність стандартизації соціальних послуг стоїть на заваді реалізації закону про соціальні послуги. Інформаційне забезпечення системи надання соціальних послуг є ефективним механізмом державного їх управління значимих для сучасного і інформаційного суспільства.

В ході досліджень визначено пріоритетні напрями вдосконалення механізмів державного управління системою надання соціальних послуг в Україні, ключовим з яких є Міністерство соціальної політики України, комітет Верховної ради при розробленні відповідних правових актів. Зокрема, до пріоритетних напрямків включено:

- нормативно-правовий блок гармонізації законодавчих та підзаконно-правових актів врегулювання соціальних послуг;
- організаційний блок децентралізації їх державного управління;
- фінансовий блок сфери соціальних послуг;
- блок кадрового забезпечення системи оплати праці соціальних працівників;
- науково-прикладний блок, що забезпечує наукове обґрунтування статей Закону України «Про соціальні послуги»;
- освітній блок впровадження державної політики щодо професійного навчання фахівців у системі надання соціальних послуг відповідно до державних професійних стандартів [2].

Практичне значення результатів полягає в тому, що викладені теоретичні положення, висновки, та практичні рекомендації можуть слугувати науково-методологічним підґрунтям для таких цілей: формування в Україні системи соціальних послуг європейського типу, європейського державного управління, політики в цій сфері; розроблення, вдосконалення нормативно-правової бази механізмів державного управління соціальними послугами; підвищення в системі державної служби ефективності навчального процесу з питань державного управління соціальними послугами; подальшого розвитку теорії та практики державного управління системою надання соціальних послуг.

Література:

1. Сурміна Ю.П. *Взаємодія органів державної влади та громадянського суспільства : навч. посіб. / за наук. ред. Ю.П. Сурміна, А.М. Михненко; авт. кол.: Ю.П. Сурмін, А.М. Михненко, Т.П. Крушельницька та ін. К.: НАДУ, 2014. - 388 с.*
2. Дубич К. В. *Державне управління соціальними послугами: термінологічний аналіз : [Електронний ресурс] / К.В. Дубич // Державне управління : теорія та практика : електрон. наук. фахове видання. – 2017. – № 1. С. 47-60. – Режим доступу до журн.: <http://academy.gov.ua/ej/ej19/PDF/8.pdf>.*

БОБОШКО Р.,

магістр Навчально-наукового професійно-педагогічного інституту
Української інженерно-педагогічної академії, м. Бахмут

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.А. Атаєва

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОГО КОНТРОЛЮ НАД ОЗБРОЄННЯМ УКРАЇНИ

Дослідженнями виявлено основні напрями забезпечення національної безпеки України у сфері державного контролю над озброєнням, до яких належать впровадження державного контролю над озброєнням, що визначає державну внутрішню і зовнішню політику діяльності держави у сфері контролю над озброєнням за новими організаційно-правовими засадами органів державного управління дипломатичними, військово-політичними засобами та методами.

Контроль з боку держави за політичними стратегіями, способами збройної боротьби, розвитком зброї у різних формах аналізується на прикладах робіт Х. Аквінського, М. Бердяєва, З. Бжезинського тощо. Сучасні взаємовідносини державних структур пов'язані з глобалістикою, євроінтеграцією та управлінням національною безпекою і досліджуються з використанням сучасних авторів за наведеною проблемою як В. Горбулін, О. Устименко, В. Абрамова, А. Арсеєнка тощо. На основі цивілізаційного підходу підкреслюється регіональна відмінність держав, що враховує специфіку таксономічних

категорій проблематики державного управління суб'єктно-об'єктного впровадження міжнародних військово-політичних зобов'язань. При цьому аналізується формування правового поля держави, об'єктивне обґрунтування операціоналізації нових понять в теорії озброєння [1].

Становлення та історичний розвиток засад державного контролю над озброєнням у структурі європейської безпеки пропонується розглядати у взаємозв'язку між категоріями національної безпеки в порівнянні з авторською моделлю контролю над озброєнням у взаємозв'язках з євроатлантичною моделлю, застосовуючи методи аналогії, аналізу, синтезу та обстеження, за якими виявляється і обґрунтовується необхідність підвищення ефективності організаційно-правових засад та чинників розвитку державного управління в умовах протидії сусідніх держав. Таким чином розкривається прогнозна складова міжнародного безпечного середовища з метою раціоналізації вказаної системи та особливості правових основ стратегічного планування основних етапів організаційних засад виконання прийнятих міжнародних зобов'язань в кризових ситуаціях [2].

Зокрема, національна програма передбачає наступні заходи:

заборону окремих видів озброєння;

обмеження окремих видів озброєння;

звуження сфери розміщення різних видів озброєння;

інспекційну діяльність про дотримання положень та угод, як методу спостереження і здійснення договірних зобов'язань держав;

переговорний процес на майбутнє;

державний фінансовий контроль з введенням санкцій за порушення;

введення державного контролю над озброєнням [3].

Визначено, що організаційно-правові засади версифікаційної діяльності у сфері державного контролю над озброєнням України, держав-членів ОБСЄ, країн СНД, Балтії, НАТО та позаблокових держав належать до державного сектору безпеки та оборони.

Визначено механізми зниження ризиків при аналізі проведення інспекційних заходів нетипових видів перевірок під час відвідувань військової інфраструктури з приводу військової діяльності.

Для надання системності понятійно-термінологічному апарату науки державного управління у сфері державного контролю над озброєнням, в межах дослідження запропоновано новітнє визначення «імплементация міжнародного договору між державами під час гібридної протидії у системі забезпечення національної безпеки», з використанням категорій: «ефективність управління національною безпекою у військово-політичному вимірі».

Доведено, що оптимізація фінансування діяльності по контролю над озброєнням можлива за рахунок введення підсистеми внутрішнього контролю для управління ризиками. З'ясовано, що перспективним щодо підвищення ефективності державного управління у сфері контролю над озброєнням є вдосконалення практичної складової міжнародних договорів через діяльність органу військового управління Генерального штабу Збройних сил України.

Наукові напрацювання досліджень з зазначеної теми спричиняють до визначення моделі системи державного управління контролю над озброєнням за формою, елементи якої функціонують на основі двосторонніх угод держави на міжнародному або національному рівнях, що передбачає створення відповідного національного центру; впровадження національної програми використання договорів та законодавчих ініціатив щодо міжнародних зобов'язань держави у сфері державного контролю над озброєнням. Це дає можливість визначити форму підготовки фахівців з державного управління у сфері контролю над озброєнням, що виявляє можливості ефективного формування кадрового складу, який може здійснювати контроль за озброєнням держави.

Література:

1. Арсеєнко А. Глобалізація чи поляризація: що чекає на світ? / А. Арсеєнко // Урядовий кур'єр. – 2012. – В 57. – С. 4-5.
2. Матвєєнко О. В. Можливі ризики організаційної структури державного управління у сфері контролю над озброєнням / О.В. Матвєєнко // Вісник Національної академії державного управління при Президенті України. – 2015. – № 4. – С. 18-24.
3. Федотов І.М., Лойшин А.А. Нова фаза геополітики та практична діяльність України у сфері контролю над озброєнням [Текст] / І.М. Федотов, А.А. Лойшин. – Наука та оборона. - 2010. – №9 – С.43-52.

студентка 2 року навчання магістратури
факультету бізнесу та сфери обслуговування
Державного університету «Житомирська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н. В.О. Ткачук

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПЛАНУВАННЯ ТРУДОВОЇ КАР'ЄРИ ПЕРСОНАЛУ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ

Ефективне функціонування будь-якої організації визначається ступенем розвитку її персоналу. В умовах швидкого старіння теоретичних знань, умінь та практичних навичок спроможність організації постійно підвищувати фаховий рівень своїх працівників є одним із найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності її на ринку.

Планування, розробка стратегій, програм та організація розвитку персоналу, використання кращого іноземного досвіду професійного розвитку персоналу стають важливими функціями служби управління персоналом установ та організацій. Звідси слід зазначити, що в міжнародній практиці по відношенню до державних службовців, які обіймають керівні посади, широко розповсюджене застосування інструментів оцінювання результативності та оплати за результатами, що тісно пов'язане з розвитком персоналу. У ряді іноземних держав передбачена персональна відповідальність керівника за досягнення державним органом тієї чи іншої цілі. При успішному виконанні цілі державного органу керівник отримує додаткову винагороду, в протилежному випадку він може бути понижений у посаді або звільнений з державної служби [1, с. 84].

Досить корисним, на нашу думку, може бути досвід таких країн, як Великобританія, Франція, США, щодо запровадження системи програм професійного розвитку персоналу державної служби. Так, наприклад, у Великобританії цілі та завдання діяльності державних службовців вищого рівня посад встановлюються відповідно до цілей державного органу та його підрозділів. Основними розділами угоди про результативність державного службовця, який обіймає керівну посаду, є: основні сфери відповідальності; завдання, критерії результативності та їх цільові значення; коментарі, які розкривають поняття «ціль досягнуто»; знання, вміння, навички; звіт за півріччя; план індивідуального розвитку, включаючи критерії оцінки.

Зокрема, сучасна практика розробки і реалізації у Великобританії програм професійного розвитку державних службовців пов'язана з прийняттям у 2004 році Програми «Професійні навички для уряду» (далі – Програма). В першу чергу, Програма була спрямована на формування та постійне удосконалення у державних службовців професійно значущих знань, навичок та умінь, а також інших якостей, необхідних для належного виконання посадових функцій та обов'язків. В окремих випадках Програма покликана найбільшою мірою розкрити здібності та потенційні можливості державних службовців в інтересах успішного вирішення завдань, які стоять перед ними, їх подальшого кар'єрного зростання і, не в останню чергу, в інтересах ефективної реалізації середньострокових і довгострокових стратегічних планів відповідних відомств.

Досить корисним для України також є і досвід Франції, де державна служба має свою внутрішню структуру, тобто функціонально організована з певними закономірностями і принципами діяльності, з високоефективним людським капіталом. Рівень кваліфікації персоналу державної служби визначає оптимальність її функціонування. Власне, діяльність системи державної служби Франції забезпечується існуванням ряду підсистем, основними серед яких є такі: відбір, підготовка та кар'єрне просування державних службовців. Державна служба у Франції побудована на засадах кар'єрного розвитку, який гарантує державним службовцям зайнятість упродовж усього їхнього професійного життя [2, с. 257].

Профільна освіта здобувається до зарахування в штат і є обов'язковою. Тільки після успішного закінчення навчального закладу відбувається призначення на посаду державного службовця. Для того, щоб претендувати на зайняття посади вищої категорії, потрібно мати стаж роботи у нижчій категорії не менше, ніж чотири роки.

У США, якщо ефективність роботи державного службовця не відповідає встановленим вимогам, державний орган має право або звільнити чиновника з посади, або перевести на іншу позицію. Якщо ж було прийняте рішення залишити службовця на посаді, яку він обіймає, то державний орган повинен здійснити підтримку з покращення якості його роботи [1, с. 90]. Відповідно, велика увага приділяється

підвищенню кваліфікації державних службовців. Особливо інтенсивно здійснюється перепідготовка керівного складу державних установ.

Важливе місце в змістовій частині семінарів займає напрацювання системного мислення в ухваленні управлінських рішень. Організуються спеціальні семінари, на яких аналізується діяльність державних органів і досліджуються проблеми ефективного управління. Так досягається практична спрямованість навчання.

Отже, варто відзначити, що планування, розробка стратегій, програм та організація розвитку персоналу, використання кращого іноземного досвіду професійного розвитку персоналу стають важливими функціями служби управління персоналом установ та організацій. Важливим моментом застосування досвіду зарубіжних країн є впровадження в національну систему державної служби різноманітних методів оцінювання діяльності державних службовців, що сприятиме визначенню персоналу, який потребує розвитку.

Література:

1. Божья-Воля А.А. Оценка результативности государственных служащих руководящего состава: международный опыт и российские перспективы / А.А. Божья-Воля // Вопросы государственного и муниципального управления. – №2. – 2009. – С. 81–103.

2. Осійчук М. Модернізація державного управління і розвиток персоналу (французький досвід) / М Осійчук // Зб. наук. праць «Ефективність державного управління». – Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2011. – С. 253–263.

ДОБЯНСЬКА Н.А.,

д.е.н., професор,

професор кафедри адміністративного менеджменту та проблем ринку
Одеського національного політехнічного університету

ЛЕБЕДЄВА В.В.,

д.е.н., доцент,

професор кафедри адміністративного менеджменту та проблем ринку
Одеського національного політехнічного університету

КОСТИКОВ О.В.,

студент 2 курсу магістратури

Одеського національного політехнічного університету

ОСНОВНІ ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ ВЗАЄМОДІЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ВЛАДИ ЗІ ЗАСОБАМИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

В Україні законодавство щодо взаємодії публічної влади та засобів масової інформації (ЗМІ) набуло свого активного розвитку в 90-х роках минулого століття, коли було ухвалено принципові акти, які сформувавши основу інформаційної діяльності в країні. Однак й сьогодні залишається низка невідрегульованих проблем.

Проведення аналізу організаційної діяльності структур публічного управління щодо налагодження процесу інформаційної взаємодії на регіональному рівні засвідчило недостатнє володіння загальною медійною ситуацією навколо управлінських структур. Нечітке розмежування функцій між структурними підрозділами, неузгодженість горизонтальних взаємодій, дублювання функцій, а також недостатнє володіння загальною медійною ситуацією навколо органу управління, створюють передумови для численних помилок у проведенні якісної взаємодії зі ЗМІ.

Сьогодні вітчизняний медіа-простір має п'ять рівнів. Перший – це електронні ЗМІ. Другий рівень друкованих та електронних ЗМІ складають комерційні видання, теле- і радіокомпанії. Третій рівень системи – це регіональні електронні та друковані ЗМІ. Четвертим рівнем інформаційної системи є Інтернет. П'ятий рівень управління інформаційним простором – полімедіа, які об'єднують різні канали мовлення ЗМІ, мають телеэфір, мовлення в мережі Інтернет.

В Україні нараховується близько 400 комерційних телеканалів та понад 200 комерційних радіостанцій. Великі телеканали загальнонаціонального рівня: «Перший Національний», «1+1», «Інтер», «5-й канал», «СТБ», «ICTV», «Новийканал», «Україна», «112-й», «ТВІ», «НТН»; потужні радіостанції: «Національне радіо», «Промінь», «Ера» та ін. Одночасно поряд із вітчизняним теле- та радіомовленням на українському медіа-ринку працюють і закордонні компанії: «Свобода», «ВВС», «Голос Америки» та ін. Функціонують регіональні інформаційні агентства в Одеській області: «Контекст-Причорномор'є», «МедиаПорт», «Репортер», «Вікна-Одеса», «Букінфо», «Одесса-медиа» та інші – спроможні повністю задовольнити потреби регіональних ЗМІ у поточній інформації [1].

На сьогодні тільки в місті Одеса зареєстровано 40 регіональних телерадіокомпаній, із яких в ефірі та за допомогою кабельного Інтернету транслюється 28 програм. Із 550 зареєстрованих в Одеській області друкованих ЗМІ регулярно виходить близько третини. Також в Одесі практично неможливо встановити реальну кількість сайтів, близько півсотні яких регулярно входять у регіональну стрічку агрегатора «Укрнет».

Серед Інтернет-ЗМІ лідерами сегменту в Одесі є три проекти, на які припадає близько половини всього трафіку – «Думська net», «048» і «Таймер». Безумовним лідером серед одеських інформаційних сайтів є сайт «Думская net». Він концентрує більше чверті від загальної кількості заходів, переглядів – вже третину, а часу – аж до 40,5%. Всього на сайти-лідери припадає 63,5% всього часу, тоді як на 14 малих сайтів припадає лише 6%. Отже, одеський медіа-простір Інтернет-ЗМІ є перенасиченим, а функціонування значної частини видань не має особливого сенсу для аудиторії. До того ж, в Одесі не вистачає спеціалізованих і тематичних проектів [2].

Підсумовуючи вищесказане, необхідно зазначити, що сьогодні ефективність процесу публічного управління залежить від стрімкого розвитку й модернізації візуальних електронних ЗМІ.

Головним завданням комунікаційних структур Одеської обласної державної адміністрації є взаємодія з інститутами громадянського суспільства, здійснення аналізу і прогнозування суспільно-політичних процесів в області, проведення організаційних заходів спрямованих на забезпечення доступу громадян до публічної інформації.

На наш погляд, створення власних баз даних для вирішення конкретних завдань дозволить вільно і без зволікань працювати з інформацією, яка повинна бути відібрана і добре структурована для подальшої аналітичної обробки.

Вважаємо, що фінансування суспільного мовлення повинне відбуватися на початковому етапі за рахунок бюджетних коштів, із поступовим переходом до апробованих світових моделей. Для цього необхідно протягом певного часу формувати довіру до суспільних мовників, які будуть фінансуватися за рахунок абонентської плати як свідомого громадянського вчинку.

Отже, специфіка соціально-економічного розвитку того чи іншого регіону буде впливати на зміст, структуру та функціонування цього механізму. Однак його ефективне функціонування дозволить посилити роль організацій громадянського суспільства у вирішенні питань, пов'язаних із доступом громадськості до інформації, а також – підвищити рівень соціальної відповідальності як бізнес-структур, так і органів публічної влади.

Література:

1. Даниленко С. А. *Забезпечення критеріїв відкритості та прозорості публічних органів влади в умовах формування інформаційного суспільства. Державне управління в Україні: історія державотворення, виклики та перспективи: матеріали I міжнар. наук. інтернет-конф. (Одеса, 11 чер. 2010 р.). Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2010. С. 55–59. URL: <http://www.oridu.odessa.ua/7/1/nvs/Materialu2010.pdf>.*

2. Даниленко С. А. *Організаційний механізм взаємодії органів публічної влади і засобів масової інформації. Ефективність державного управління: зб. наук. праць. Львів: Вид-во ЛРІДУ НАДУ, 2013. Вип. 1(34). С. 239–245.*

ДРОЗДИНА А.А.,
студентка 3 курсу економіко-правового факультету
Одеського національного університету ім. І.І.Мечникова

Науковий керівник: ст.в. Л.Є. Борисова

СУЧАСНИЙ СТАН ЗАХИСТУ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ В УКРАЇНІ

Пошуки розв'язання потреб осіб з інвалідністю є злободенними у більшості країн з-поміж інших соціальних, економічних і політичних проблем. Кількість осіб з особливими потребами постійно зростає, хоча причини і наслідки цього найрізноманітніші, і на 2017 рік складала 6 % населення України (близько 2,5 млн осіб) [2]. Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні» є головним документом, у якому прописані основні положення соціального захисту осіб з інвалідністю і який гарантує їм рівні права серед суспільства.

Варто відзначити, що від радянських часів в українській громадськості залишився негативний спадок: суспільство вважало, що про інвалідів піклується держава, але остання не мала ресурсів, аби забезпечити гідний рівень соціального захисту. З переходом до міжнародних стандартів в законодавчій базі відбулися зміни щодо соціального та фінансового забезпечення громадян з особливими потребами. Уряд 31.01.2018 прийняв постанову «Про внесення змін до постанови Кабінету Міністрів України від 25.05.2011 №585». Згідно з документом пільги на безоплатне паркування та зберігання транспортних засобів поширюється на усіх осіб з інвалідністю, а не тільки з ураженням опорно-рухового апарату. 26.07.2018 було прийнято постанову Кабінету Міністрів України «Про внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 8.12.2006 №1686 і від 31.01.2007 №80». Даний нормативно-правовий документ передбачує розвиток системи комплексної реабілітації осіб з інвалідністю, реалізації заходів із попередження інвалідності, вдосконалення механізму направлення та зарахування отримувачів послуг до реабілітаційних установ та врегулювання інших проблемних питань у сфері надання послуг особам зазначеної категорії [3]. Також у 2018 році на реалізацію програми забезпечення осіб з інвалідністю засобами реабілітації було виділено на 150 мільйонів гривень більше, ніж у 2017 році [1].

За підтримкою Кабінету Міністрів державною організацією «Урядовий контактний центр» вже працює Web-комунікація для людей із вадами слуху, яка надає можливість завдяки Skype-зв'язку подзвонити до «гарячої лінії» за номером 1545 з пропозиціями, заявами, скаргами до органів виконавчої влади. За 2018 рік зареєстровано більше 81 тис. звернень переважно з Дніпропетровської, Донецької, Харківської областей та м. Київ. Основними з проблем є: невиплата субсидії; порушення пільгового забезпечення медичними засобами та проїзд у громадському транспорті; надання гуманітарної та матеріальної допомоги на лікування і соціально-побутових проблем; затримка виплати різних видів державної допомоги, зокрема державної допомоги особам, що не мають права на пенсію; забезпеченні осіб з інвалідністю життєво необхідними засобами реабілітації.

З 2017 року існує електронний каталог на сайті Міністерства соціальної політики, де визначається тип та кількість потрібних виробів для реабілітації [4]. Людина з самостійно обирає, а управління соціального захисту виступає у ролі представника. Управління соціального захисту надсилає електронний запит на виробництво, потім укладається тристоронній договір між людиною з інвалідністю, управлінням соціального захисту і виробником. Договором передбачаються терміни виконання, якість, ціни.

Таким чином, проаналізувавши останні зміни в Законах України та інших нормативно-правових документах щодо соціального захисту осіб з інвалідністю, ми можемо зробити висновок, що Україна стає щороку більш адаптованою для належного життя людей з обмеженими можливостями. Це проявляється у зміні законодавства, ставленні оточуючих, реалізації умов для повноцінного життя: урегульовані питання надання послуг із комплексної реабілітації; спрощенні процедури призначення державної допомоги за фактичним місцем проживання; безоплатного паркування та зберігання транспортних засобів.

Література:

1. Видатки бюджету України: Офіційний сайт CASE Україна. URL: <http://cost.ua/budget/expenditure/>
2. Дем'янчук О. Темпи інвалідності зростають: науковий посібник. Київ, 2017. 30 с.

3. Проблеми осіб з інвалідністю - у полі зору Урядового контактного центру: стаття. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/2507190-problemi-osib-z-invalidnistu-u-poli-zoru-uradovogo-kontaktного-centru.html

4. Фінансування програми із забезпечення інвалідів протезами: стаття. URL: [https://www.unian.ua/health/country/10047776-finansuvannya-programi-iz-zabezpechennya-invalidiv-proteжами-v-2018-roci-zbilsheno-na-652-mln-grn.html](https://www.unian.ua/health/country/10047776-finansuvannya-programi-iz-zabezpechennya-invalidiv-proteзами-v-2018-roci-zbilsheno-na-652-mln-grn.html)

ЗВОНАРЬОВА О.,

студентка факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент С.М. Макаренко

ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ

В сучасних умовах нестабільного бізнес-середовища актуальним науковим завданням є визначення оптимальної стратегії розвитку регіону шляхом забезпечення постійного моделювання соціально-економічних процесів, що дозволить визначити результативний показник, виявити найголовніші фактори впливу на нього та врахувати всю базу наявної корисної інформації. Без якісної інформації неможливо ухвалити правильне рішення, проте набагато важче керуватися цією інформацією на практиці. Процес оцінювання та моделювання повинен враховувати не тільки стійкі тенденції основних параметрів функціонування господарського комплексу регіону або його навколишнього бізнес-середовища, але й також брати до уваги обставини, які не можуть знайти відображення в формальних економіко-математичних моделях [1].

Результати проведених досліджень авторами [4] свідчать, що відсутність обґрунтованої та коректної моделі оцінювання й прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів не дозволяє органам державної влади та місцевого самоврядування визначити дієвий комплекс заходів, направлених на розвиток територій, що, як наслідок, призводить до нераціонального та неефективного використання джерел фінансування для впровадження та виконання заходів, вплив яких на економіку регіону є незначним. Також відсутність достовірної оцінки рівня соціально-економічного розвитку підриває рівень довіри іноземних інвесторів до вітчизняних джерел інформації, яка відображається на офіційних веб-сайтах центральних органів виконавчої влади, що призводить до погіршення інвестиційної привабливості вітчизняної економіки та зменшення обсягів залучення прямих іноземних інвестицій.

Цікавою, що заслуговує на увагу, є методика оцінювання рівнів соціально-економічного розвитку регіонів, що використовувалася з 2011 по 2014 роки у відповідності із постановою Кабінету Міністрів України від 9 червня 2011 року № 650 «Про запровадження проведення оцінки результатів діяльності Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій» (зі змінами та доповненнями) [2]. Оцінювання проводилося щокварталу на підставі наявних даних офіційної статистики, інформації, поданої міністерствами, іншими центральними органами виконавчої влади, НАК "Нафтогаз України", Радою міністрів Автономної Республіки Крим, обласними, Київською та Севастопольською міськими держадміністраціями у два етапи: перший - проведення аналізу динаміки показників оцінки за відповідними напрямками в кожному регіоні без застосування міжрегіонального порівняння; другий - проведення рейтингової оцінки (ранжування) регіонів за кожним напрямом та розрахунку загальної рейтингової оцінки в цілому за всіма напрямками для всіх регіонів. На другому етапі рейтингова оцінка здійснювалася на основі підрахунку відносних відхилень показників кожного регіону від найкращих значень за регіонами за відповідний період.

В умовах сьогодення моніторинг та оцінка соціально-економічного розвитку районів та міст обласного значення Херсонської області здійснюється у відповідності з розпорядженням голови Херсонської обласної державної адміністрації від 20 січня 2017 року № 14 «Про моніторинг та оцінку результативності реалізації державної регіональної політики» [3]. Моніторинг здійснюється за 12 показниками, що охоплюють різні напрями розвитку територій і відображають стан економічного розвитку, інвестиційної, зовнішньоекономічної та фінансової діяльності, ринку праці та енергоефективності.

Водночас, вказана методика оцінювання включає не лише недоліки, пов'язані із механізмом проведення розрахунків виключно на підставі ранжування без врахування коливань у середині відповідної групи, а й недоліки щодо визначення обґрунтованої кількості показників та їх впливу (питому вагу) на загальний результативний фактор. Зазначене не дозволяє здійснити обґрунтоване оцінювання ефективності реалізації державної регіональної політики на місцевому рівні та визначити й впровадити дієвий комплекс заходів, направлених на покращення якості життя місцевої громади та розвиток регіональної економіки взагалі.

Література:

1. Макаренко С. М. *Визначення оптимальної стратегії розвитку регіону шляхом забезпечення постійного моделювання соціально-економічних процесів* / С. М. Макаренко, Н. М. Олійник // *Проблеми формування нової економіки XXI століття: III міжнар. науково-практична конф. - Том 3, 23-24 грудня 2010 р.: тези допов. - Дніпропетровськ, 2010. - С. 51-54.*

2. *Постанова Кабінету Міністрів України від 9 червня 2011 року № 650 «Про запровадження проведення оцінки результатів діяльності Ради міністрів Автономної Республіки Крим, обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій» [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>*

3. *Розпорядження голови Херсонської обласної державної адміністрації від 20 січня 2017 року № 14 «Про моніторинг та оцінку результативності реалізації державної регіональної політики» [Електронний ресурс]. Херсонська обласна державна адміністрація. URL: <https://drive.google.com/drive/folders/0B7sFTG7spXvTbV9NWDNWFJjR1E> (дата звернення: 16.10.2019).*

4. Соловійова Н.І. *Методологічна коректність прогнозного оцінювання параметрів соціально-економічного розвитку регіонів* / Н. І. Соловійова, С. М. Макаренко, Н. М. Олійник // *Актуальні проблеми економіки. Науковий економічний журнал - № 11 (185). - 2016. - С. 268-277.*

Козік Є.,

магістр Навчально-наукового професійно-педагогічного інституту
Української інженерно-педагогічної академії, м. Бахмут

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.А. Атаєва

ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ ВРЕГУЛЮВАННЯ ПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТІВ

Політичний конфлікт є виразом загрози певній сукупності людей і розподіляється за видами: гострий конфлікт, як «загроза», антагоністичний, як «небезпека». Для усунення конфлікту несилковим способом створюється метод суспільства. Тому суспільству потрібно мати значний регулятивний потенціал мінімізації політичних конфліктів, недопущення їх переростання у загрозливий та критичні форми впливу на соціальні середовище, що є проявом недопущення появи національної безпеки, з метою їх подолання несилковим способом.

В наукових працях закладено початок пізнання соціальних конфліктів представниками різних історичних епох, які відсвіжували зв'язок соціально-політичних конфліктів і їх різновидів: політичних, економічних, воєнних, інформаційних, духовно-культурних, екологічних тощо. В сучасний час зазначенні питання просліджуються в працях В. Абрамова, О. Власюка, М. Розумного, А. Семенченко і ін. Ці автори визначають зв'язок між політичними конфліктами та національною безпекою.

Інституціоналізація конфліктів залежить, насамперед від конкретних ситуацій конфлікту, її історичних витоків, державно-управлінського досвіду впливу на конфліктні ситуації, масштабів та інтенсивності зовнішнього втручання, тощо. Підсумком інституціоналізації є новий формат діяльності органів державного управління щодо врегулювання політичних конфліктів, які мають наступні принципи: стабільної коаліції, пропорційності, деполітизації, взаємного права вето, компромісу, готовності конфлікуючих сторін до поступок. Але система політичних інститутів України до сьогодення залишається посткомуністичною, яка поєднує командно-адміністративну систему з елементами олігархічно-планової системи з посяганням осучаснити політичну систему відповідно до західних демократичних стандартів, що виявляється по суті конфліктним, бо відбиває принципово різні моделі внутрішньої влади і послаблює регулятивний потенціал держави [1].

Враховано, що в Україні до сьогодення система політичних інститутів продовжує залишатися посткомуністичною, в якій спостерігаються залишки командно-адміністративної системи та елементи

олігархічно-планової системи відповідно до західних демократичних стандартів, що визначає цю систему як гібридну [2]. Тому основним підходами щодо підвищення ефективності діяльності органів державної влади у врегулюванні політичних конфліктів формуються модернізаційний, інженерний та гуманістичний підходи. Саме це спрямовує практичні рекомендації до підвищення ефективності врегулювання політичних конфліктів в Україні в контексті забезпечення національної безпеки на базі законодавчої ініціативи.

Виходячи з основної мети, а саме – мінімізації політичних конфліктів, що передбачає створення низки законодавчо визначених передумов суб'єктів та принципів забезпечення національної безпеки, сфер, напрямів, об'єктів і механізмів державного впливу, визначена законодавча деталізація передумов з урахуванням зарубіжного і власного досвіду держави, що потребує запровадження системи виявлення та аналізу внутрішньодержавних політичних конфліктів [3].

Тому запропоновано нову класифікацію політичних конфліктів. Зокрема, політичний конфлікт розглянуто як виклик національній безпеці, гострий політичний конфлікт – як загрозу, антагоністичний політичний конфлікт – як «критично-гострий конфлікт» та «небезпеку для держави», що в сукупності складають «гібридний політичний конфлікт».

Удосконалено комплекс чинників інституту діяльності органів державної влади і їх вимову на політичні конфлікти. Розкрито сутність політичного конфлікту як об'єктивної даності розвитку демократичного суспільства, природа якого спроможна сприяти ефективності державного управління, що попереджає подальше загострення конфліктів. Зазначений науковий підхід дозволив виявити дослідницьку модель зародження та врегулювання політичного конфлікту в процесі державного управління національною безпекою. Зокрема, встановлено взаємозв'язки та межі взаємовпливу політичного конфлікту на національну безпеку країни.

Розробленню напрямів вдосконалення методів вирішення конфліктних ситуацій сприятиме впровадження раціонального і деструктивного методів вирішення конфліктних ситуацій. Зокрема, раціональний метод передбачає такі постулати, як переговори, посередництво, арбітражі, що приводять до завершення за рахунок компромісу політичного конфлікту. Стосовно деструктивного методу слід зважати на його насильницький характер, слід мати на увазі можливість воєнної організації держави або сектору безпеки і оборони.

Отже, практичним напрямом вдосконалення інституціональних діяльності органів державної влади щодо врегулювання політичних конфліктів з метою забезпечення національної безпеки України, досягається раціональним або деструктивним методом. Раціональний або переговорний метод передбачає, що конфлікт завершується компромісом, знижує гостроту напруги.

На практиці це відбувається в умовах невинного моніторингу.

Література:

1. Абрамов В.І. Філософія і концептуальні засади наукового вивчення війни / В. І. Абрамов [та ін.]; Науково-дослідний центр гуманітарних проблем Збройних Сил України. – К. : НАОЦ, 2007. – 236 с.
2. Власнюк О.С. Національна безпека України: еволюція проблем внутрішньої політики. – Київ: НІСД, 2016. – 528 с.
3. Сітарський С. М. Організаційно-правові засади діяльності органів державної влади при врегулюванні суспільно-політичних конфліктів / С. М. Сітарський // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 2. – С. 144-149.

ОСИПЕНКО Н.О.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Н.І. Шапкова

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ СІМЕЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

У сучасному індустріально-інформаційному суспільстві, коли сімейні зв'язки між поколіннями порушені, необхідні знання про сім'ю і виховання дітей не передаються поколіннями і проблема набуває особливого статусу, а саме стає однією з важливих турбот суспільства. Сьогодні народжують, лікують і виховують дітей по Інтернету, так як саме він стає в молодій сім'ї головним консультантом і радником. Тому саме Інститут сім'ї в Україні є важливим елементом українського суспільства, де зароджується особистість людини. Разом з тим, проблеми, які з'являються в інституті сім'ї, ще більше

посилюються внаслідок складних економічних, соціально-політичних ситуацій в Україні. Все це призводить до зменшення сімей з дітьми, зростання чисельності дітей-сиріт та дітей позбавлених батьківського піклування, безпритульних дітей. Дані проблеми свідчать про те, що Інститут сім'ї переживає кризове становище, що у свою чергу потребує збільшення уваги держави до нього, його зміцнення і розвитку.

Основним правовим механізмом державної сімейної політики є Конституція України, Сімейний Кодекс України, Закон України "Про охорону дитинства", Постанова Верховної Ради України "Про Концепцію державної сімейної політики", Закон України "Про державну допомогу сім'ям з дітьми", Закон України "Про Загальнодержавну програму "Національний план щодо реалізації Конвенції ООН про права дитини" на період до 2016 року", Закон України "Про забезпечення організаційно-правових умов соціального захисту дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування". У всіх цих документах, державна сімейна політика розглядається як частина соціальної політики, яка впливає на функціонування сім'ї, як носія сімейних цінностей. Також, державна сімейна політика – це окремий напрям соціальної політики держави, її діяльності, яка фіксує свою увагу на соціальному розвитку інституту сім'ї, його збереженню, зміцненню, захисту прав та інтересів. Цінність державної сімейної політики полягає в тому, що вона бере до уваги інтереси всіх типів сімей і орієнтована на створення сприятливих умов для втілення сім'ями своїх основних функцій.

Міжнародний досвід свідчить, що проблеми сім'ї продуктивно вирішуються за допомогою чітко організованої державної сімейної політики. З 1991 року в Україні одним із найважливіших напрямків державної сімейної політики є матеріальна підтримка сім'ї. Згідно українського законодавства, для сімей, в яких виховуються та проживають неповнолітні діти, надається право на отримання державної допомоги. Більшість соціальних виплат на дітей залежить від прожиткового мінімуму, середній показник якого в 2019 році встановлено на рівні: з 1 січня - 1 853 грн., з 1 травня - 1936 грн., з 1 грудня - 2027 грн.[1]. У 2019 року в Україні планувалося збільшення розміру виплат допомоги при народженні дитини. На даний час грошова підтримка від держави надається батькам у розмірі 41 280 гривень і виплачуються у два етапи. Перший етап становить одноразова допомога у розмірі 10320 грн., другий етап - решта суми 30 960 грн. виплачується рівними частинами (860 грн.) протягом трьох років[2]. Нажаль, у наш час, даних соціальних виплат не вистачає на всі потреби матері та дитини. Середньомісячні витрати на одного неповнолітнього становлять близько 2 тис. грн. Це можуть бути продукти харчування, одяг, ліки, розвиваючі секції, гуртки, шкільне приладдя та ін. Адже ціни на все зростають, а соціальні виплати не збільшуються. Тому державі потрібно переглянути встановлені виплати та встановити відповідні.

У підсумку, державна сімейна політика повинна бути спрямована на покращення демографічної ситуації в країні, на певний комплекс напрямів, які повинні підтримувати життєдіяльність сім'ї, її стабільний розвиток. Також, держава повинна пропагувати в суспільстві пріоритети сімейних цінностей. Це може бути класичне уявлення про родину, важливість оформлення шлюбу та постійних стосунків, народження та виховання дитини у сім'ї з обох батьків, вірність, взаєморозуміння та повага до всіх членів родини та стійкий пріоритет збереження шлюбу над розлученнями. Саме впровадження всіх цих традиційних цінностей у формальну та неформальну сферу життя суспільства мають стати метою держави.

Література:

1. Закон України «Про Державний бюджет на 2019 рік» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2696-19>
2. Міністерство соціальної політики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.msp.gov.ua/>

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ПРАЦІ В МІСТІ КРИВИЙ РІГ

В епоху розвитку техніки та технологій, в умовах ринкових відносин та підвищення економічного розвитку держав особливо актуальним виступає питання охорони праці, оскільки це, перш за все, збереження життя та здоров'я людей, їх працездатність та можливість забезпечити гідні умови життя. До того ж забезпечення високого рівня охорони праці вплине на економічні показники діяльності підприємств та держави: підвищення продуктивності праці, зменшення витрат на покриття наслідків травм чи професійних захворювань тощо.

Основною характеристикою стану охорони праці є показники виробничого травматизму та професійних захворювань. В останні роки в Україні спостерігається тенденція до зниження рівня травматизму на виробництві, але він все ще занадто високий, оскільки ми розглядаємо не лише статистичні данні, а й життя людей. До того ж, деякі підприємства не надають до органів виконавчої влади, що реалізують державну політику у сфері охорони праці необхідних звітів або відображають в звітах недостовірну інформацію. Така ситуація спричинена бажанням роботодавців знизити чи взагалі ліквідувати витрати на покриття наслідків виробничого травматизму і професійних захворювань.

На території України продовжує існувати досить багато галузей, умови праці в яких є шкідливими та небезпечними саме через специфіку їх діяльності. Це гірниче та металургійне виробництво, транспортне, складське господарство. Але, факти виробничого травматизму та професійних захворювань спостерігаються й у інших галузях економіки України [1].

Крім високого рівня травматизму на великих промислових підприємствах, занепокоєність також викликає безпека праці на малих та середніх підприємствах, де кількісні показники травматизму іноді перевищують навіть показники великих виробничих підприємств.

Особливе значення стан охорони праці має в місті Кривий Ріг завдяки великим підприємствам саме металургійної та гірничо-видобувної галузі. Діяльність цих підприємств пов'язана як зі значним забрудненням екології міста, що підвищує захворюваність не тільки працівників підприємств, а й населення міста в цілому, так і зі значною складністю робіт, які потребують додаткових знань, підвищеного рівня захисту працівників тощо.

На території Кривого Рогу реалізацію державної політики в галузі охорони праці забезпечує Департамент соціальної політики виконкому Криворізької міської ради. За даними офіційного аналізу виробничого травматизму та професійних захворювань за перше півріччя 2019 року в порівнянні з аналогічним періодом 2018 року, загальний рівень травматизму знизився на 2 випадки і становив 65 осіб, але травм зі смертельними наслідками збільшилось на 3 випадки (7 осіб). На промислових підприємствах рівень травматизму найбільший і складає 32% від загальної чисельності. Травмованість жінок міста складає 66% з усіх травмованих [2].

Що стосується професійних захворювань, то протягом 6 місяців 2019 року зафіксовано на 9 випадків більше, ніж в аналогічному періоді 2018 року. Крім того, всі випадки захворювань пов'язані з роботою на гірничо-збагачувальних та металургійних підприємствах Кривого Рогу, де рівень пилу, шуму та вібрацій негативно впливає на стан здоров'я працівників [2].

Крім того, в звіті про роботу департаменту за 2018 рік зазначено, що за рік фахівцями було обстежено з питань охорони праці 9 підприємств та установ, надано методичні рекомендації, консультації щодо оформлення документації та функціонування системи охорони праці [3].

Але, враховуючи велику кількість як великих, так і малих та середніх підприємств в Кривому Розі, такої кількості перевірок занадто мало для того, щоб якісно контролювати стан виконання норм з охорони праці та заздалегідь виявляти порушення.

Таким чином, до основних недоліків державного регулювання в галузі охорони праці можна віднести недостатню кількість перевірок підприємств спеціалістами департаменту, встановлення фактів травматизму замість попередження та недопущення порушень безпеки праці, незначний обсяг

профілактичної роботи з роботодавцями на рівні міста та недостатній рівень відповідальності власників підприємств за порушення законодавства з охорони праці та безпеки життя на загальнодержавному рівні.

Основними напрямками вирішення цих питань повинні стати на законодавчому рівні: посилення відповідальності роботодавців за незадовільний стан охорони праці та створення механізмів їх економічного зацікавлення у створенні безпечних умов праці; на місцевому рівні: підвищення кількості та якості заходів з попередження травматизму, перевірок підприємств, за необхідності збільшення кількості висококваліфікованих фахівців в Департамент соціальної політики виконкому Криворізької міської ради.

Література:

1. Статистичні дані виробничого травматизму з початку року [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://dsp.gov.ua/statystychni-dani-vyrobnychoho-travma-2/>
2. Звіт про роботу департаменту соціальної політики виконкому Криворізької міської ради у 2018 році [Електронний ресурс] – режим доступу: https://kr.gov.ua/ua/st/pg/181109765137374_s/
3. Аналіз виробничого травматизму та профзахворювання за I півріччя 2019 року в порівнянні з I півріччям 2018 року [Електронний ресурс] – режим доступу: https://kr.gov.ua/ua/st/pg/181109765137374_s/

Прокопчук О.Д.,

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., ст.викл. Т.С.Казакова

ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ

Одним з основних напрямків вдосконалення системи державного управління в Україні є підвищення ефективності діяльності органів державної влади. Вирішення цієї задачі неможливе без підвищення ефективності та результативності професійної діяльності державних цивільних службовців.

Проблеми управління персоналом в організаціях публічного сектору розглянуті та представлені в напрацюваннях таких вчених-науковців, як: Н. Гончарук, Х. Дейнега, В. Ландсман, В. Олуйко, Т. Покотило, І. Сурай, В. Щегорцова. Комплексне дослідження системи управління персоналом в публічних та неприбуткових організаціях було здійснено Дж. Пайнсом. Незважаючи на опрацьованість багатьох аспектів досліджуваної проблематики, питання особливостей управління персоналом саме в українських публічних організаціях залишаються відкритими.

Управління персоналом повинно все менше ґрунтуватися на адміністративних методах і все більшою мірою орієнтуватися на усвідомлену кадрову політику, що базується на системі інтересів державного службовця і органів державного управління. Тому потрібні нові наукові знання і ефективні технології в області управління людськими ресурсами, методи формування та управління трудовим колективом, освоєння інноваційних технологій роботи з кадрами. Потрібні нові підходи до таких проблем, як: кадрове планування, профвідбір і оцінка службовця; формування резерву і планування кар'єри; керівництво і навчання кадрів в процесі трудової діяльності; нормативно-правова база управління персоналом; стиль управління персоналом і оптимізація праці керівників; контроль в системі управління персоналом; етика і етикет ділових відносин; формування здорового морально-психологічного клімату в колективі та інше. [1]

Вирішення зазначених проблем дозволить підвищити ефективність кадрового забезпечення державної служби, поповнити органи державного управління і організації висококваліфікованими фахівцями, здатними ефективно працювати в умовах демократичного, інформаційного суспільства, а також сформуванню сучасну систему управління персоналом державної служби.

Управління персоналом в публічних організаціях виступає не тільки важливим напрямком управлінської діяльності, але й вагомим інструментом впливу на їх функціонування з урахуванням визначених цілей і принципів державної кадрової політики. Зазначимо, що прийнята Стратегія державної кадрової політики на 2012-2020 роки, яка визначила нову філософію реалізації кадрової політики, стала важливим та своєчасним кроком. Відповідно даної Стратегії, реалізація державної кадрової політики в контексті виконання першочергових завдань передбачена за такими напрямками: підготовка кадрів; підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів; державне регулювання

професійної діяльності; соціальний захист працівників; забезпечення зайнятості населення; модернізації кадрових служб. [2]

Її детальне вивчення підтверджує наявність достатньої кількості проблем в управлінні персоналом в публічних організаціях, де найбільш актуальними та невирішеними є такі:

- відсутність єдиної та зрозумілої системи оцінки якості та ефективності кадрової роботи. Це призводить не тільки до зниження рівня управління цією сферою, адже атестація і контроль персоналу носять формальний характер, зіставлення результатів діяльності фахівців переважно ускладнене, але й до появи незацікавленості персоналу в результатах власної діяльності та виникнення корупції на різних рівнях управління;

- недостатня кількість кваліфікованих фахівців в публічних організаціях через невисоку престижність праці та низький рівень заробітних плат, що не відповідає складності роботи та емоційної напруги, та відштовхує випускників від бюджетних організацій;

- недостатній рівень мотивації персоналу публічних організацій через неможливість використання фінансових інструментів (підвищення заробітної плати, премії). Отже, більшість керівників не має фінансової можливості для матеріального стимулювання персоналу, що враховуючи низький рівень зарплат демотивує персонал і не сприяє якісному трудовому процесу. Такі тенденції підтверджують відсутність орієнтації персоналу на якісний результат професійної діяльності;

- негативний імідж державних службовців в українському суспільстві через існуючі стереотипи та відсутність цілеспрямованої роботи державних структур в напрямку формування сприятливого образу в суспільній свідомості.

Отже, значну роль в підвищенні ефективності управління персоналом в публічних організаціях відіграє людський фактор. Тому, враховуючи те, що саме на локальному рівні реалізується основний зміст кадрової роботи, а її якість безпосередньо залежить від рівня професійності, постійності та публічності персоналу.[3]

Література:

1. Витко Т. Зарубіжний досвід забезпечення органів державної влади кадрами / Т. Витко // *Державне управління та місцеве самоврядування*. – 2010. – Вип. 1 (4). – С. 260–269.

2. Дейнега Х. М. Управління персоналом державної служби: зарубіжний досвід та умови впровадження в Україні / Х. М. Дейнега // *Економіка та держава*. – 2011. – № 1. – С. 151–153.

3. Сурай І. Г. Управління персоналом державної служби та служби в органах місцевого самоврядування / І. Г. Сурай // *Університетські наукові записки : часопис Хмельн. ун-ту управління та права*. – 2008. – Вип. 3. – С. 329–330.

САВАСТЄЄВА О.М.,

к.е.н., доцент кафедри
фінансів, банківської справи та страхування
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ПОДАТКУ У СКЛАДІ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

В сучасних умовах питання пошуку додаткових джерел зміцнення місцевих бюджетів не втрачає актуальності. Цілком очевидно, що значна увага у зазначеному напрямі роботи повинна приділятися дослідженню можливих шляхів удосконалення практики адміністрування податків, які віднесені до категорії місцевих, що, в свою чергу, сприятиме збільшенню дохідної бази органів місцевого самоврядування, не виключаючи при цьому необхідність вмілого керування процесами регіонального розвитку у контексті створення сприятливих умов для розвитку усіх форм підприємницької діяльності. Одним із найбільш дієвих інструментів фіскальної політики на місцевому рівні, за допомогою якого можливо до того ж стимулювати зменшення шкідливих викидів забруднюючих речовин та формувати свідоме ставлення до збереження природних ресурсів в умовах глобальних викликів, стає екологічний податок.

Дослідженню різних аспектів впровадження та адміністрування екологічного податку присвячені праці таких науковців, як Найденко О.Є., Нікітішин А.О., Яковенко К.А., Сучек С., Черненко Н., Веклич О., Галушкіна Т., Синякевич І., Данилишин Б., Хлобистов Є., Міщенко В., Балацький О. та ін. За своєю економічною сутністю екологічний податок представляє собою грошову

компенсацію за шкоду, що заподіяна навколишньому середовищу. Відтак, розмір сплаченого екологічного податку необхідний бути таким, щоб покрити необхідні витрати на фінансування заходів щодо відновлення навколишнього середовища, отже, він повинен відповідати розміру заподіяної шкоди. Саме тому державні органи зацікавлені у збільшенні обсягів екологічного податку. Окрім того, слід зазначити, що в інтересах держави також є збереження рівня ділової активності у регіонах, саме тому використання фіскального інструментарію у частині екологічного оподаткування не повинне призвести до зупинення або скорочення обсягів підприємницької діяльності суб'єктів господарювання.

Зрозуміло, що підприємства, які здійснюють діяльність, пов'язану із забрудненням навколишнього природного середовища, зацікавлені у зниженні витрат на сплату екологічного податку та підвищенні ступеня лібералізації до самого факту шкідливих викидів (спрощена процедура надання відповідних дозволів та ліцензій, збільшення нормативів викидів), а процедура модернізації виробництва може бути вигідною для суб'єкта підприємницької діяльності лише за умови її економічної ефективності. З іншого боку, суспільство у регіонах зацікавлене у збільшенні рівня екологічності навколишнього середовища як в цілому в державі, так і на території мешканців відповідної територіальної громади. Водночас, важливими також є питання недопущення підвищення цін і тарифів, а також скорочення робочих місць на підприємствах. Таким чином, усі аспекти екологічного оподаткування тісно пов'язані не лише з екологічною ситуацією та чинною податковою системою, але й безпекою в енергетичному та промисловому секторі, державною грошово-кредитною політикою, кон'юнктурою ринку праці, діловою активністю в регіонах та необхідністю виконання міждержавних зобов'язань. Екологічний податок з моменту його введення розподілявся між рівнями бюджетної системи, відповідно до законодавства, частина екологічного податку (крім того, що стосується радіовідходів) розподіляється між місцевими та державним бюджетом, а екологічний податок, що стосується радіовідходів, повністю спрямовується до державного бюджету[1].

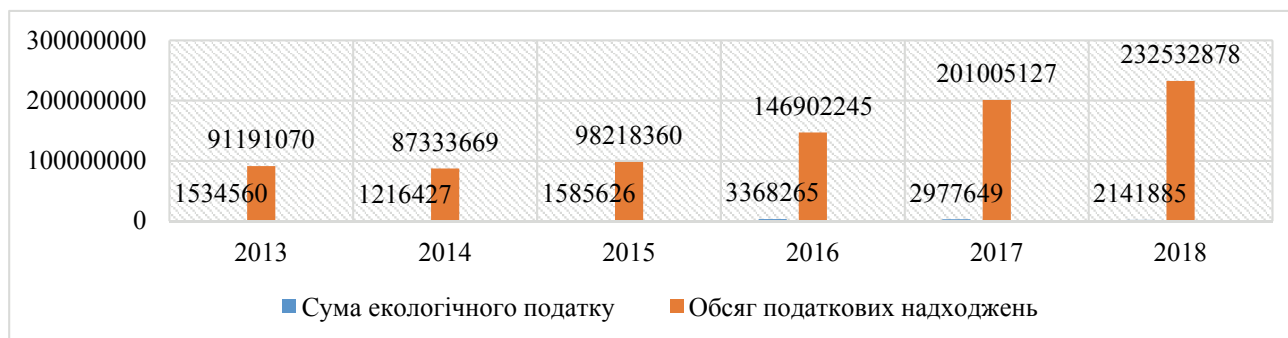


Рисунок 1. Динаміка сум екологічного податку в загальному обсязі податкових надходжень місцевих бюджетів за 2013-2018 рр., млн.грн.

Джерело: складено автором на основі [2].

Проведений аналіз доводить, що фіскальна роль екологічного податку для місцевих бюджетів є незначною. У доходах місцевих бюджетів за досліджуваний період частка екологічного податку складає лише від 0,9% до 2,3% (рисунок 1). Спираючись на результати власних попередніх досліджень [3], підстави вважати, що екологічний податок в сучасних умовах не виконує компенсаційної, стимулюючої та фіскальної функцій, а отже не здійснює впливу на регіональний розвиток. Отже, з метою досягнення поставлених орієнтирів у екологічній сфері необхідним є системний підхід. Модернізацію механізму адміністрування екологічного податку необхідно здійснювати із урахуванням існуючих міжнародних зобов'язань України щодо охорони довкілля, можливих ризиків, можливостей та пріоритетів економіки. Окрім необхідності збільшення ставок екологічного податку, існує також потреба у з'ясуванні напрямів витрачання коштів, що надходять від сплати екологічного податку та фінансування природоохоронних заходів.

Література:

1. Канонішена-Коваленко К., *Екологічний податок від А до Я*. Київ: Фондація «Відкрите Суспільство», 2017. 108 с.
2. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua> (дата звернення 05.10.2019).
3. Савастєєва О.М., *Модель забезпечення регіонального розвитку в умовах децентралізації. Проблеми системного підходу в економіці*. 2019.№1(69). Частина 2. с.47-53.

НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКІВ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Відповідно до Закону України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг», ринки фінансових послуг – це сфера діяльності учасників ринків фінансових послуг з метою надання та споживання певних фінансових послуг. До ринків фінансових послуг належать професійні послуги на ринках банківських послуг, страхових послуг, інвестиційних послуг, операцій з цінними паперами та інших видах ринків, що забезпечують обіг фінансових активів [1].

Учасники ринку фінансових послуг є особи, які мають право надавати фінансові послуги на території України; особи, які провадять діяльність з надання посередницьких послуг на ринках фінансових послуг; об'єднання фінансових установ, включені до реєстру саморегульованих організацій, що ведеться органами, які здійснюють державне регулювання ринків фінансових послуг; споживачі фінансових послуг. Саморегульованими організаціями, відповідно до вище згаданого закону, визнаються неприбуткові об'єднання фінансових установ, створені з метою захисту інтересів своїх членів та інших учасників ринків фінансових послуг та якому делегуються відповідними державними органами, що здійснюють регулювання ринків фінансових послуг, повноваження щодо розроблення і впровадження правил поведінки на ринках фінансових послуг та/або сертифікації фахівців ринку фінансових послуг.

Державне регулювання ринків фінансових послуг передбачає здійснення державою комплексу заходів щодо регулювання та нагляду за ринками фінансових послуг з метою захисту інтересів споживачів фінансових послуг та запобігання кризовим явищам [1].

Метою державного регулювання ринків фінансових послуг в Україні є:

- проведення єдиної та ефективної державної політики у сфері фінансових послуг;
- захист інтересів споживачів фінансових послуг;
- створення сприятливих умов для розвитку та функціонування ринків фінансових послуг;
- створення умов для ефективної мобілізації і розміщення фінансових ресурсів учасниками ринків фінансових послуг з урахуванням інтересів суспільства;
- забезпечення рівних можливостей для доступу до ринків фінансових послуг та захисту прав їх учасників;
- додержання учасниками ринків фінансових послуг вимог законодавства;
- запобігання монополізації та створення умов розвитку добросовісної конкуренції на ринках фінансових послуг;
- контроль за прозорістю та відкритістю ринків фінансових послуг;
- сприяння інтеграції в європейський та світовий ринки фінансових послуг.

Державне регулювання діяльності з надання фінансових послуг здійснюється шляхом:

- ведення державних реєстрів фінансових установ і реєстрів осіб, які не є фінансовими установами, але мають право надавати окремі фінансові послуги, та ліцензування діяльності з надання фінансових послуг;
- нормативно-правового регулювання діяльності фінансових установ;
- нагляду за діяльністю учасників ринків фінансових послуг (крім споживачів фінансових послуг);
- застосування уповноваженими державними органами заходів впливу;
- проведення інших заходів з державного регулювання ринків фінансових послуг.

Державне регулювання ринків фінансових послуг здійснюється:

- щодо ринку банківських послуг та діяльності з переказу коштів - Національним банком України;
- щодо ринків цінних паперів та похідних цінних паперів (деривативів) - Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку;
- щодо інших ринків фінансових послуг - національною комісією, що здійснює державне регулювання у сфері ринків фінансових послуг.

Антимонопольний комітет України та інші державні органи здійснюють контроль за діяльністю учасників ринків фінансових послуг та отримують від них інформацію у межах повноважень, визначених законами України [1].

Література:

1. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг : Закон України від 12.07.2001 р. № 2664-III. Дата оновлення: 25.09.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#n14>. (дата звернення: 04.10.2019).

ЧЕРНОУС О.В.,

студент 2 курсу Львівського регіонального інституту державного управління
Національної академії державного управління при Президентові України

Науковий керівник: к.держ.упр., доцент О.В. Федорчак

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДЕРЕГУЛЯЦІЇ В СФЕРІ ОХОРОНИ ПРАЦІ ТА НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ

Як відомо, однією з перешкод для залучення інвестицій, створення нових робочих місць, підвищення конкурентоспроможності економіки України є високий рівень зарегульованості господарської діяльності [1; 2]. Враховуючи це, на сьогодні актуальним питанням є зміни регуляторного середовища, зокрема в сфері охорони праці та надання адміністративних послуг [3; 4], та формування чітких правил державно-приватного партнерства, у тому числі за участі міжнародних фінансових організацій для реалізації в Україні проектів міжнародної технічної допомоги, проектів транскордонного співробітництва тощо.

В рамках дерегуляційної реформи щодо скорочення кількості центральних органів виконавчої влади, згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України [5], забезпечення виконання функцій і повноважень Держгірпромнагляду України та Інспекції праці покладено на Державну службу з питань праці.

Одним з основних завданнями Держпраці є реалізація державної політики у сфері охорони праці, наданні адміністративних послуг, а саме:

- видачі дозволів на виконання робіт підвищеної небезпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки;
- реєстрації декларацій відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з охорони праці;
- реєстрації технологічних транспортних засобів.

Відповідно до ст. 21 Закону України «Про охорону праці» у жовтні 2011 року Кабінетом Міністрів України була прийнята постанова «Про затвердження Порядку видачі дозволів на виконання робіт підвищеної небезпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки» [6]. В рамках дерегуляційної реформи у 2018 та 2019 роках Кабінетом Міністрів України до неї були внесені зміни [7; 8], у результаті чого було зменшено кількість позицій, відповідно до яких роботодавцеві необхідно отримати дозвіл на виконання робіт підвищеної небезпеки (з 26 до 18 позицій) та на експлуатацію машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки (з 21 до 11 позицій). Окрім того, було збільшено перелік видів робіт підвищеної небезпеки, які виконуються на підставі декларації відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з охорони праці (з 8 до 19 позицій) та перелік машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки, що експлуатуються (застосовуються) на підставі декларації відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з питань охорони праці (з 3 до 5 позицій).

Також відповідно до ст. 34 Закону України «Про дорожній рух» [9] у січні 2010 року Кабінетом Міністрів України була прийнята постанова «Про затвердження Порядку відомчої реєстрації та ведення обліку великотоннажних та інших технологічних транспортних засобів» [10]. В рамках дерегуляційної реформи у 2019 році Кабінетом Міністрів України до неї були внесені зміни [11] щодо процедури реєстрації, перереєстрації та зняття з обліку технологічних транспортних засобів. Однак, при цьому, не було зменшено позицій в переліку документів, які необхідно надати суб'єктам господарювання для отримання такої адміністративної послуги.

За інформацією, поданою на веб-сайті Головного управління Держпраці у Львівській області [12], Управлінням упродовж 2017, 2018 та трьох кварталів 2019 року було надано такі адміністративні послуги:

– видано відповідно 734, 700 та 697 дозволів на виконання робіт підвищеної небезпеки та на експлуатацію машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки;

– зареєстровано відповідно 160, 767 та 590 декларацій відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з охорони праці та 261, 324 та 331 технологічний транспортних засобів.

Зазначимо, що прогностичними показниками результативності дії регуляторних актів [13; 14] були: зменшення кількості дозволів на виконання робіт підвищеної небезпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки; збільшення кількості суб'єктів господарювання, які виконують роботи та експлуатують устаткування підвищеної небезпеки за декларативним принципом.

Однак, з вищенаведеного видно, що упродовж 2017-2019 років відбулось незначне зменшення кількості виданих дозволів та понад як у 4,5 рази збільшення зареєстрованих декларацій. При цьому, зберіглося щорічне збільшення зареєстрованих технологічних транспортних засобів. Окрім того, можна констатувати, що на сьогодні реальна можливість отримання адміністративних послуг в електронній формі – відсутня.

Таким чином, з метою спрощення дозвільних процедур у сфері охорони праці та надання адміністративних послуг можна рекомендувати:

– ліквідувати дозволи на виконання робіт підвищеної небезпеки та на експлуатацію машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки (перевести їх у електронне декларування відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з охорони праці);

– зменшити кількість позицій в переліку документів, які необхідно надати суб'єктам господарювання для реєстрації, перереєстрації та зняття з обліку технологічних транспортних засобів.

Запропоновані заходи дозволять не тільки спростити процес отримання суб'єктами господарювання адміністративних послуг, а й зменшити навантаження (у т. ч. черги) на існуючі центри надання адміністративних послуг, що покращить інвестиційний клімат в країні.

Література:

1. Федорчак О.В. Систематизація законодавчого забезпечення інвестиційної діяльності в Україні // *Теорія та практика державного управління*. 2017. № 4. С. 114 – 123.
2. Федорчак О.В. Державна підтримка реалізації інвестиційних проектів в Україні // *Ефективність державного управління*. 2017. № 3. С. 258 – 271.
3. Про охорону праці: закон України від 14.10.1992 № 2694-XII // *Відомості Верховної Ради України*. 1992. № 49. Ст. 668.
4. Про адміністративні послуги : закон України від 06.09.2012 № 5203-VI // *Відомості Верховної Ради України*. 2013 р. № 32. Ст. 409.
5. Питання Державної служби з питань праці: розпорядження Кабінету Міністрів України від 30.09.2015 № 1021-р // *Офіційний вісник України*. 2015. № 80. Ст. 2684.
6. Про затвердження Порядку видачі дозволів на виконання робіт підвищеної небезпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки: постанова Кабінету Міністрів України від 26.10.2011 р. № 1107-2011-н // *Офіційний вісник України*. 2011. № 84. Ст. 3077.
7. Про внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 25.08.2010. № 725 і від 26.10.2011. № 1107: Постанова Кабінету Міністрів України від 07.02.2018. № 48-2018-н // *Офіційний вісник України*. 2018. № 15. Ст. 509.
8. Про внесення змін до Порядку видачі дозволів на виконання робіт підвищеної небезпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.04.2019. № 330-2019-н // *Офіційний вісник України*. 2019. № 34. Ст. 1205.
9. Про дорожній рух: закон України від 30.06.1993 № 3353-XII // *Відомості Верховної Ради України*. 1993. № 31. Ст. 338.
10. Про затвердження Порядку відомчої реєстрації та ведення обліку великотоннажних та інших технологічних транспортних засобів: постанова Кабінету Міністрів України від 06.01.2010 № 8-2010-н // *Офіційний вісник України*. 2010. № 1. Ст. 26.
11. Деякі питання дерегуляції господарської діяльності: постанова Кабінету Міністрів України від 06.01.2010 № 8-2010-н // *Офіційний вісник України*. 2019. № 36. Ст. 1260.
12. Офіційний веб-сайт Головного управління Держпраці у Львівській області. URL: www.lviv.dsp.gov.ua (дата звернення 08.10.2019 р).
13. Про внесення змін до постанов Кабінету Міністрів України від 25.08.2010. № 725 і від 26.10.2011. № 1107: Постанова Кабінету Міністрів України від 07.02.2018. № 48-2018-н // *Офіційний вісник України*. 2018. № 15. Ст. 509.
14. Про внесення змін до Порядку видачі дозволів на виконання робіт підвищеної небезпеки та на експлуатацію (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки: Постанова Кабінету Міністрів України від 10.04.2019. № 330-2019-н // *Офіційний вісник України*. 2019. № 34. Ст. 1205.

СЕКЦІЯ 11

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

АДВОКАТОВА Н.О.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ПОВОД Т.М.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та фінансів
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГУ

На даному етапі світового економічного розвитку міжнародний економічний простір являє собою глобальний ринок. Необхідність створення та підтримки стійкого бренду держави є майже аксіоматичною, оскільки країни з позитивним національним брендом докладають набагато менше зусиль для захисту національних інтересів і залучення іноземних інвестицій, аніж ті, що його не мають.

Національний брендинг як науковий напрям з'явився у 1990-ті роки, що було обумовлено необхідністю вивчення даної проблематики і підвищеної уваги з боку урядів різних країн. Брендинг (національний) – процес формування й просування на ринку бренда країни, традиційний елемент економічного маркетингу, увійшов у науковий обіг завдяки двом видатним британським експертам у сфері брендингу – Волі Олінсу [1] та Саймону Анхольту [2].

У переважній більшості досліджень бренд держави сприймається як набір образів та асоціацій, що виникають при згадуванні даної країни. За визначенням Всесвітньої організації туризму, бренд країни – це сукупність емоційних і раціональних уявлень, що є результатом зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду й чуток, що впливають на створення певного образу [3].

Як правило, свідомо національні бренди формують відомі міжнародні компанії та відповідні фахівці, які найчастіше співпрацюють на тендерній основі. Так, у Шотландії просуванням національного бренду займалась маркетингова компанія CLK, а у Польщі – агентство «CorporateProfilesDDB», яке розробило національний логотип, салоган і маркетингову кампанію взагалі.

Держава як об'єкт брендингу достатньо складна для цілісного сприйняття, це нематеріальний продукт, чисельно охарактеризувати який важко. Окрім складності об'єкту брендингу, необхідно враховувати розширені, глобальні і різноманітні характеристики цільової спільноти. Державний брендинг повинен охоплювати усі аспекти економічного життя та громадянського суспільства. Уряд, державні органи, місцеві громади, всі вони у даному випадку перетворюються у стейкхолдерів, тобто стають зацікавленими сторонами. Однак не можна виключати й приватний сектор, лідерів думок, ЗМІ та звичайних громадян[4].

Національний брендинг – глобальне завдання, що складається з безлічі різних етапів і напрямків. Основою для початку кампанії по формуванню бренда «Україна» може бути проведення міжнародних конференцій, «круглих столів» і самітів, інформуючи про перетворення, що проводяться в Україні. Першим етапом може стати розробка набору візуальних і словесних образів, звуків, при зіткненні з якими у свідомості іноземців буде спливати назва «Україна»: національний логотип, символ і слоган. На другому етапі необхідно сформувати знання торгівельної марки «Україна» шляхом масованої інформаційної рекламної кампанії, що використає розроблені на попередньому етапі символи. Виходячи з наявного бюджету необхідно вибрати канал комунікації, можна підключити PR (проведення днів українського кіно, ознайомлення іноземців з культурною спадщиною нашої країни) [5].

Досвід розвинених країн показує, що уряд повинен брати на себе приблизно 10–20 % від загального кошторису. Водночас, бізнес може виступити основним спонсором, оскільки від позитивного іміджу України, у першу чергу, виграє він сам, а лише потім держава й населення. На сьогодні в Україні якщо й реалізуються якісь програми (Дні України у Франції, Рік України в Канаді

чи акція «Welcome to Ukraine»), їх дедалі частіше замінюють прямою рекламою або хаотичним набором PR–програм, які проводяться непослідовно й не виправдовують витрачених на них коштів.

Національна програма «Бренд України» повинна мати широку мету – створення пізнаваного позитивного іміджу країни у світі, сприяти виникненню і поширенню української національної ідентичності та загального почуття мети і гордості [6].

Висновки. Ключовим моментом при визначенні стратегії просування бренду країни на світовому ринку є його конфігурація, тому національний брендинг повинен починатися з вибору форми бренду країни, що найбільш чітко й повно відповідає характеру зовнішнього позиціонування держави та ментальності її населення.

Українські товари або послуги економічного, політичного чи соціокультурного характеру, повинні постійно оновлюватися й удосконалюватися. Вибравши правильну конфігурацію бренду, спираючись на вже накопичений національний досвід і останні досягнення в сфері світового маркетингу, український соціум може вибрати сильну тактику, що здатна змусити світ прийняти новий та перспективний національний бренд «Україна».

Література:

1. Огилви Д. *Тайни рекламного двора. Советы старого рекламиста.* – М.: «Ассоциация работников рекламы». – 2000. – 107 с.
2. Simon Anholt. *COMPETITIVE IDENTITY: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions.* by PALGRAVE MACMILLAN – 2007. – 147 p.
3. Philip Kotler. *Marketing and Brand interest.* Los mejores artículos de Marketing y Ventas – Expansión. – 2006.
4. Голова А. *Вершина Маркетинга. Часть 3.* [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://omens.ru>
5. Музыкант В. Л. *Реклама в действии: стратегии продвижения.* – К.: Эксмо. – 2007. – 147 с.
6. Андрійчук О. *Бренд «Україна»* // Львівська газета. – № 673 (107).

БЛОУСОВА А.,

студент 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач А.В.Чмут

СУТНІСТЬ КАТЕГОРІЇ «ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА»

Тіньова економіка є глобальною перешкодою для стабільного розвитку української економіки. Вона має негативний вплив і на економічні процеси, і на основні державні процеси що призводить до: зменшення відсотку податкових надходжень; складності виконання державою фінансових забор'язань; зниження рівня фінансової безпеки; зростання корупції в органах державної влади; підвищується рівень криміналізації суспільства через збільшення кількості економічних злочинів з метою збагачення; зниження конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості держави на внутрішньому і зовнішньому інвестиційних ринках; поширення відтоку вітчизняного капіталу; деформації податкової та бюджетної систем; негативного впливу на рівень інфляції; зменшення довіри населення до кредитно-грошову установ, населення починає робити заощадження в іноземній валюті, припиняють активно користуватися послугами банків паралізуючи їх.

В Україні спостерігається критичний рівень тінізації економіки. Однак чіткого визначення поняття "тіньова економіка" в економічній й літературі й досі немає, тому є необхідність дослідження цього поняття

Аналіз представлених визначень свідчить про те, що розглядаючи суть явища більшість дослідників зосереджені на тому, що це вид економічної діяльності. В той же час В. Танз вважає, що тіньова економіка – це частина валового національного продукту; У. Тіссен, що – це види діяльності, в яких створюється нова вартість; за Е. Фейгом – це діяльність, що з будь-яких причин не враховується офіційною статистикою.

Аналізуючи зміст визначення можна зазначити, що більшість дослідників зосереджуються на тому, що тіньова економіка не враховується офіційною статистикою. Декотрі також у визначеннях відмічають такі складові, як: порушення законодавства, приховування реальних доходів, незаконні види господарської діяльності. Враховуючи вище сказане, на нашу погляд, найбільш змістовним є визначення А. Мочерного.

Визначення поняття «Тіньова економіка» з позиції різних авторів

Автор	Визначення
В. Танз [1, с. 22]	Частина валового національного продукту, яка через її відсутність у звітності та/або заниження її величини не відображена в офіційній статистиці.
У. Тіссен [2, с.12]	Види діяльності, в яких створюється нова вартість, що не враховується офіційною статистикою.
Е. Фейг [3, с. 74]	Вся економічна діяльність, що з будь-яких причин не враховується офіційною статистикою.
П. Гутманна [4, с. 56]	Будь-яка економічна діяльність, не врахована офіційною статистикою
В. Турчинов [5, с. 11]	Економічна діяльність, яка не враховується, не контролюється і не оподатковується державою і (або) спрямована на отримання доходу шляхом порушення чинного законодавства
М. Мочерний, С. Ларіна, А. Устенко та І. Юрій [6, с. 318]	Вид економічної діяльності, спрямованої на отримання заборонених доходів, ухиляння від державного, наддержавного і громадського контролю та сплати податків під час здійснення легальних видів економічної діяльності
С. Варналія [7, с. 438]	Складне соціально-економічне явище, яке представлене сукупністю неконтрольованих і нерегульованих (як протиправних, так і законних, але аморальних) економічних відносин між суб'єктами економічної діяльності щодо отримання надприбутків за рахунок приховування доходів та ухилення від сплати податків
В. Ангелко [8, с.215]	Уклад економічних відносин, що охоплює невраховані, нерегламентовані й незаконні види господарської діяльності.
С. Варналія [9, с. 159]	Системне явище господарювання асоціальної природи, що притаманне країнам з будь-яким соціально-економічним ладом, а також виражає різний рівень інтенсивності соціальної небезпеки та відображає форму кризи державного управління економіки як дисфункціональність.
І. Мазур [10, с. 105]	Діяльність, що не зараховується до ВВП через відсутність методологічної бази обліку нелегального виробництва товарів і послуг. Її компоненти – прихована діяльність самозайнятих та прихована діяльність зайнятих, що працюють додатково

Література:

1. Tanzi V. *The Underground Economy in the United States Abroad* / V. Tanzi. – Lexington, Mass: Lexington Books, 1982. – 70 p.
2. Тіссен У. *Тіньова економіка: методи прогнозування, проблеми кількісної оцінки та висновки для економічної політики* / У. Тіссен // *Зрушення до ринкової економіки. Реформи в Україні: погляд зсередини*. – К.: Рута, 1997. – 209 с.
3. Feige E. *A new perspective on macroeconomic phenomena: the Theory and measurement of the unabsorbed sector in the US economy* / E. Feige. – Causes, 1980.–180 p.
4. Gutmann P.M. *The Subterranean Economy* / P.M. Gutmann // *Financial Analysts Journal*. – 1977. – 233 p.
5. Турчинов О.В. *Тіньова економіка: теоретичні основи дослідження* / О.В. Турчинов. – К.: АртЕк, 1995. – 300 с.
6. *Економічний енциклопедичний словник* / ред.-упоряд. С.В. Мочерний. – Т. 2. – Львів: Світ, 2005. – 568 с
7. *Економічна безпека: [навч. посіб.]* / за ред. З.С.Варналія. – К.:Знання, 2009. – 647 с.
8. *Тіньова діяльність у господарській системі України: монографія* / І. В. Ангелко ; М-во освіти і науки України, Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Львів ; Дрогобич : Посвіт, 2014. – 232 с. : іл. – Бібліогр.: С. 205-228.
9. *Тіньова економіка: Сутність, особливості та шляхи легалізації/ За редакцією д.е.н., проф. З. С. Варналія.* – К.: Авента, 2006. – 321 с.

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ УКРАЇНИ В КРАЇНИ ЄС

Автомобільні вантажні перевезення виступають ключовим чинником сучасної європейської економіки. У сучасних умовах автомобільні вантажні перевезення мають бути здатні стабільно задовольняти економічні, соціальні та екологічні інтереси суспільства.

Функціонування та розвиток в Україні товарного і транспортного ринків як наслідок діяльності підприємств: транспортно-експедиційних, комерційно-посередницьких, перевізників тощо. Комплексно детермінують тренди ринку транспортних послуг, як об'єкту дослідження динаміки та структури вантажопотоків. Шляхом аналітичного дослідження одержаних даних визначаються показники динаміки і розвитку міжнародних транспортних перевезень вантажів, та вантажооборот з країнами ЄС [1].

Таблиця 1

**Динаміка розвитку міжнародних транспортних перевезень вантажів, та вантажооборот
України в країни ЄС [2]**

	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Перевезення вантажів млн/т.	1260,7	1131,3	1020,6	1085,6	1121,6
Темп росту	-	89,7	90,2	106,3	103,3
Темп приросту %	-	-10,3	-9,8	6,3	3,3
Вантажооборот, тис/ткм.	5868,3	5596,4	5329,3	5803	6229,7
Темп росту	-	95,36	95,22	108,88	107,35
Темп приросту %	-	-4,64	-4,78	8,88	7,35

Комплексне дослідження сучасного стану міжнародних перевезень дозволило визначити ряд чинників, що істотно впливають на ефективність надання транспортних послуг у міжнародному сполученні, а також сформулювати шляхи вирішення існуючих проблем у даній сфері.

Як свідчать дані таблиці темпу росту вантажоперевезень з кожним роком має різну динаміку у 2014 році в порівнянні з 2013 роком має показник 89,7%, у 2015 році становив 90,2%, а в 2016 році - 106,3%. Також спостерігаються зміни по вантажообороту : у 2014 році темп росту склав 95,36% у 2015 році - 95,22%, у 2016 році - 108,88%, у 2017 році - 107,35%.

В результаті можна зробити висновок, що міжнародні перевезення це галузь, що на сьогоднішній день динамічно розвивається, і в останні два роки спостерігається її динамічний ріст.

Література:

1. Пархомчук Д. Компанії та ринки: транспортна сфера // Інвестгазета. – 2008. – № 8. – С. 32-35.
2. Бідняк М.Н., Івасишина Н.В. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Міністерство інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mintrans.gov.ua>

ПРЯМЕ ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація світогосподарських зв'язків призводить до диверсифікації форм і напрямків міжнародної конкуренції, методів боротьби за володіння і контроль над технологічними, трудовими, інтелектуальними, природними та інвестиційними ресурсами. Все більшого значення набуває формування оптимальної структури економіки з переважанням в ній частки послуг, наукомісткої і високотехнологічної продукції. В умовах глобалізації мають перевагу країни, які активно беруть участь в міжнародному науково-технічному і інформаційному обміні, мають розвинену інфраструктуру, висококваліфіковану робочу силу, що забезпечується наявністю у країн достатнього капіталу і його вільного переміщення[2].

Фінансова глобалізація вимагає перегляду сформованої системи теоретичних і практичних знань про функціонування світової економіки з точки зору міжнародного руху капіталу у формі інвестицій. Отже, питання про місце і роль України на світовому ринку прямих іноземних інвестицій має першорядне значення для подальшого стійкого і збалансованого зростання національної економіки, для підйому якої важливо визначити рівень, умови, форми і способи інтеграції країни в світове господарство і міжнародний ринок капіталу. Загальновизнано, що тільки високі темпи зростання економіки держави і доходів на душу населення можуть забезпечити збереження соціально-політичної стабільності в країні [1]. При цьому зростання валового внутрішнього продукту і доходів на душу населення можливо забезпечити залученням прямих іноземних інвестицій в структурну перебудову економіки країни. Таким чином, перераховані вище факти роблять актуальним для вивчення методологічний аспект прямих іноземних інвестицій в умовах глобалізації світової економіки.

Дослідженню теорії та методології глобальних економічних трансформацій присвячено праці таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як О. Булатова, А. Гальчинський, В. Геєць, Ч. Гіл, Ю. Козак, Д. Лук'яненко, В. Омельченко, Т. Орехова, М. Портер та ін.

Вагомий внесок у розробку теорії міжнародного інвестування зробили зарубіжні та вітчизняні вчені І. Бланк, Н. Бударіна, І. Бузько, Д. Кейнс, Ф. Котлер, Т. Кублікова, Ю. Макогон, О. Рогач, І. Сазонець, Й. Шумпетер та ін. Одночасно, незважаючи на велику кількість робіт як зарубіжних, так і вітчизняних вчених з досліджуваної проблематики, питання трансформаційного впливу глобалізації на процес міжнародного інвестування вимагають подальшого опрацювання.

Вже деякий час глобальний політичний клімат для торгівлі та інвестицій був не таким сприятливим, як це було у розквіт зростання та розвитку, орієнтованого на експорт. Однак необхідність залучення інвестицій та сприяння експорту для підтримки індустріалізації, економічної диверсифікації та структурної трансформації є такою ж великою, як ніколи, для країн, що розвиваються, особливо для найменш розвинених країн. Багато нових промислових законів, які були прийняті в останні роки – і в країнах, що розвиваються, і в розвинених країнах – майже всі значною мірою покладаються на залучення інвестицій. У той же час ми спостерігаємо тенденцію до зменшення транскордонних виробничих інвестицій.

Заходи щодо лібералізації торкнулися кількох галузей промисловості, серед яких сільське господарство, засоби масової інформації, енергетика, роздрібна торгівля, фінанси, логістика, транспорт, телекомунікації та Інтернет-бізнес. Деякі країни просунули приватизацію державних компаній. Крім того, тенденція до спрощення або впорядкування адміністративних процедур для іноземних інвесторів тривала, наприклад, через скасування вимог до затвердження або створення порталів онлайн-заявок. Також численні країни надали нові фіскальні стимули для інвестицій у конкретні галузі чи регіони[4].

У 2019 році очікується, що прямі іноземні інвестиції відчують спад у розвинених економіках, оскільки вплив податкових реформ скорочується. Оголошення проекту «Greenfield» - із зазначенням планів подальшого витрачання - також вказує на зростання, оскільки вони зросли на 41 відсоток у 2018 році від їх низьких рівнів у 2017 році. Незважаючи на це, прогнози щодо глобальних ПІІ демонструють лише незначне відновлення на 10 відсотків до приблизно 1,5 трильйона доларів США,

що нижче середнього за останні 10 років. Основна тенденція ПП залишається слабкою. Торговельна напруженість також становить ризик зменшення ПП на 2019 рік і після [5].

Висновок. Інклюзивний стійкий розвиток залежить від глобального політичного середовища, яке сприяє транскордонним інвестиціям. Минулого року глобальні потоки прямих іноземних інвестицій впали на 13 відсотків, до 1,3 трлн доларів[3]. Це є найнижчим рівнем після світової фінансової кризи та підкреслює відсутність зростання міжнародних інвестицій у цьому десятилітті. Значне прискорення, необхідне для задоволення інвестиційних потреб, пов'язаних з цілями сталого розвитку, поки не очевидно. Нам потрібно посилити амбіції щодо дії на кліматі, вирішити проблеми з борговими вразливими ситуаціями та зменшити торговельну напругу для сприятливого середовища, що сприяє збільшенню довгострокових та стійких інвестицій.

Література:

1. Бойцун О.І. Міжнародний досвід формування фінансової відкритості в умовах глобальних змін / О.І. Бойцун // Інноваційна економіка: всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2013. – № 5. – С. 46.
2. Петкова Л.О. Інтеграція України до світового фінансового простору в міжнародних співставленнях та макроекономічній динаміці / Л.О. Петкова // *FinancialSpace*. – 2013. – № 1 (9). – С. 15-21.
3. *Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$)* // [Electronic resource]. – Mode of access: <https://data.worldbank.org/indicator/bx.klt.dinv.cd.wd>.
4. *The determinants of Foreign Direct Investment* // [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.oecd-ilibrary.org/finance-and-investment/the-determinants-of-foreign-direct-investment_641507ce-en.
5. *World investment report 2019* // [Electronic resource]. – Mode of access: <https://investmentpolicy.unctad.org/publications/1204/world-investment-report-2019---special-economic-zones>.

ГЕРАСІЧКІН І.В.,

студент 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: асистент В. В. Грицина

УКРАЇНА В ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Економічна інтеграція являє собою об'єктивний процес розвитку стійких економічних зв'язків і поділу праці національних господарств, що близькі за економічним рівнем.

Основою інтеграції є вимоги високорозвинутих продуктивних сил, що переросли межі національних господарств. Інтеграційний процес у своєму розвитку проходить декілька стадій, у тому числі: створення єдиного ринку з уніфікацією юридичних та економіко-технічних умов торгівлі, спрямування капіталу і робочої сили, утворення валютного та економічного союзів.

На даний час велику роль у розвитку інтеграції в Україні відіграє її співпраця з такими міжнародними організаціями як Європейський Союз, СОТ, ООН, а також такими фінансовими інституціями як МВФ та Світовий Банк.

Щодо ЄС, то в останні роки відбулися позитивні зміни в співпраці даного об'єднання з Україною. ЄС виступає найбільшим надавачем двосторонньої підтримки Україні. Сфера співробітництва між ЄС та Україною дуже різноманітна: наука і технологія, вища освіта, промисловість, сільське господарство, енергетика, транспорт, телекомунікації тощо.

Європейський Союз надає гранти, економічну, технічну та фінансову допомогу у формі позик для підтримки платіжного балансу, а також виступає найбільшим інвестором в Україні.

Заходи, що здійснюються у сфері інституційної реформи і розвитку, зосереджуються на адаптації інституційної структури, яка сприяє розвитку суспільства на базі демократичних принципів та ринкової економіки.

Суть таких заходів полягає в наступному:

- сприяння адаптації українського законодавства до вимог світового ринку;
- забезпечення підтримки процесу реформ шляхом підготовки державних службовців на центральному і місцевому рівнях;
- сприяння розробці всебічної політики зайнятості і вирішенню питань безпеки праці, а також перепідготовки та перекваліфікації працівників;
- забезпечення підтримки в посиленні соціального захисту населення;

• сприяння розвитку системи кваліфікаційного навчання менеджменту для підтримки підприємництва в Україні.

Позитивним у співпраці України з ЄС є укладення угоди про Партнерство і Співробітництво, яка передбачає допомогу Співтовариства у справі поступового зближення валютної політики України з політикою Європейської валютної системи. Інтеграція у світові валютні системи має стати для України стратегічно важливим напрямом, оскільки для економічних та соціальних зрушень непотрібні доступ до Міжнародного капіталу та валютна стабільність.

Висновок. Україна в інтеграційних процесах як основну мету визначає співробітництво з різними міжнародними організаціями та фінансовими інституціями. Ця співпраця направлена на розвиток економічних, соціальних та геополітичних процесів в Україні. Інтеграція України в світову спільноту має як позитивні так і негативні наслідки. Основним пріоритетним напрямом у розвитку інтеграційних процесів України є вихід її на світовий ринок як держави з позитивним економічним та політичним іміджем.

Перспектива членства в ЄС для України є додатковим вагомим стимулом та мотиваційним фактором внутрішніх реформ, цивілізованого врегулювання всіх внутрішніх та зовнішніх неузгодженостей. Від інтеграції України до ЄС виграють не тільки ці дві сторони, але й уся центрально-континентальна Європа, адже після розширення Європейського Союзу за рахунок країн Центрально-Східної Європи та держав Балтії, Європейський союз максимально наблизився до України, що надає особливого статусу їхнім відносинам і створює реальні можливості для співпраці.

Література:

1. *Офіційний сайт Міністерства фінансів України.* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>;
2. *Офіційний сайт Міністерства закордонних справ України.* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/ua>
3. *Офіційний сайт Україна і Світова Організація Торгівлі.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wto.in.ua>;

ГРЕС Ф.К.,

студент 2 курсу магістратури
кафедри міжнародних економічних відносин
Національного університету «Запорізька політехніка»

Науковий керівник: к.е.н., доцент А.В. Переверзева

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ АУТСОРСИНГУ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Сучасні економічні реалії свідчать про загострення конкуренції на світовому рівні, посилення впливу глобальних викликів на діяльність економічних суб'єктів. У таких умовах виникає необхідність пошуку шляхів оптимізації діяльності учасників міжнародних відносин та зосередження на нових формах організації бізнесу, котрі ґрунтуються на сучасних механізмах та технологіях. Учасники міжнародних відносин, які використовують механізми, котрі не відповідають вимогам часу, втрачають можливість конкурувати в бізнес-середовищі.

На нашу думку, ефективною формою організації діяльності на міжнародному ринку є аутсорсинг, який на сучасному етапі визначає тенденції розвитку міжнародної економіки. Підтвердженням цього є зростання масштабів міжнародної торгівлі на основі аутсорсингу, котрий є стратегічною формою діяльності та дозволяє забезпечити стабільний експорт товарів та послуг.

Поняття «аутсорсинг» поєднує у собі декілька слів «outside resource using», що означає використання зовнішніх ресурсів. З точки зору теорії, аутсорсинг являє собою алгоритм прийняття рішень щодо передачі деяких функцій зовнішній організації та концентрація уваги на основному виді діяльності [1].

На сучасному етапі поглиблення міжнародних зв'язків та розвитку світової економіки аутсорсинг поступово розповсюджується, змінюючи спосіб ведення бізнесу на ринку, як на локальному так і глобальному рівнях. Використання послуг зовнішніх підрядників – фахівців в тій чи іншій галузі, допомагає одночасно підвищити конкурентоспроможність своєї компанії, а також отримати доступ до необхідних професійних ресурсів за певного зниження власних витрат для

вирішення поставлених завдань. Підкреслимо, що ідея передачі окремих функцій «третій стороні» не є новою. Але саме в умовах посилення глобальних викликів така організація діяльності суб'єкта господарювання створює нові перспективи для управління.

Як зазначалося нами вище, аутсорсинг має стратегічний характер і спрямований на кардинальне перетворення організаційної системи управління бізнесом на основі реалізації таких кроків:

- глибокий та ґрунтовний аналіз функціонування суб'єкта господарювання;
- розрахунки показників діяльності для визначення необхідності та можливості запровадження аутсорсингу;
- реалізація нової форми організації бізнес-діяльності.

Стратегічний характер аутсорсингу сприяє розширенню масштабів суб'єкта господарювання за рахунок залучення зовнішніх учасників із незначним збільшенням змінних витрат.

Значною перевагою аутсорсингу є можливість швидкого пошуку професіоналів у певному напрямі без потреби додаткових витрат на їх навчання або підвищення кваліфікації [2]. Крім того завдяки розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій є можливість залучати найбільш якісні ресурси, незалежно від місця їх розташування. Підкреслимо, що чинник вартості відіграє важливу роль у прийнятті рішень учасниками міжнародних економічних відносин.

Незважаючи на значну кількість переваг, аутсорсингу притаманні певні недоліки, які можуть обмежувати масштаби використання цієї форми організації у міжнародному бізнес-середовищі. Серед них необхідно виокремити такі:

- неготовність суб'єкта господарювання передати окремі бізнес-процеси «третій стороні», тобто низький рівень довіри для побудови відкритих відносин на міжнародному рівні;
- ризик залежності від зовнішніх учасників;
- ймовірність витоку важливої інформації за межі діяльності суб'єкта господарювання.

На основі проведеного аналізу переваг аутсорсингу можна підсумувати, що ця форма організації бізнесу дозволяє учасникам міжнародних відносин виявити унікальну інформацію та знання, якими не володіють інші, та використовувати їх для отримання конкурентних переваг та певної вигоди. Такою інформацією є розуміння особливостей поведінки потенційного клієнта та потреб ринку, його культурних особливостей, ділового спілкування та мови, нових технологій та інше. Варто підкреслити, що аутсорсинг є перспективною формою діяльності, яка поступово набуває поширення на всіх рівнях функціонування економіки, оскільки дозволяє сконцентруватися на тих видах діяльності, які є конкурентними та для їх виконання наявні знання та досвід, знизити рівень витрат та підвищити якість надання послуг, а також сприяє використанню сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Отже, на сучасному етапі форма організації бізнесу повинна відповідати викликам сьогодення і сприяти отриманню найкращих результатів у конкурентному середовищі, а також у повній мірі задовольняти потреби споживача. При цьому необхідно враховувати особливості бізнес-середовища, кон'юнктуру ринку та культурні особливості.

Література:

1. Heywood. J. *The outsourcing dilemma: The search for competitiveness* / J. Heywood. – 2004. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bookre.org/reader?file=1024001&pg=3>.

2. Ашмянская И. *Аутсорсинг как новый способ производства в глобальной экономике* / И. Ашмянская [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mirec.ru/2008-02/outsorsing-kak-novyy-sposob-proizvodstva-v-mirovoj-ekonomike>.

ГРИНЮК Н.А.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри світової економіки
Київського національного торговельно-економічного університету

РОЗВИТОК ЄВРОПЕЙСЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

В умовах глобалізації світового економічного простору однією із доволі потужних сфер інтеграції є міжнародний кооперативний рух. Кооперативні форми господарювання набули широкого розповсюдження в економіці більшості держав: у світі діє більше 1 млн. кооперативних організацій понад 130 видів, які об'єднують більше 1 млрд. людей [1].

Вагомість кооперативного сектора економіки підтверджується досвідом розвитку вищезначеної форми діяльності в країнах ЄС: майже половину загальної кількості кооперативів у світі складають європейські кооперативи, членами яких є близько 150 млн. людей з 46 країн Європи[2].

Економічні системи більшості європейських країн досить подібні українській, тому позитивні тенденції в їх кооперативному русі доцільно застосовувати і в Україні.

На сьогодні в наукових напрацюваннях потенціал кооперативного сектора здебільшого розглядається у відриві від європейських тенденцій розвитку і лише в декількох працях в узагальненому вигляді висвітлюються підходи до вирішення питань підвищення ефективності міжнародної діяльності кооперативного сектора національної економіки[3,4]. Крім того, недостатня увага приділяється дослідженням можливостей використання досвіду європейської споживчої кооперації як засобу підвищення національної конкурентоспроможності у світогосподарських зв'язках.

Сучасний європейський кооперативний рух характеризують надзвичайно позитивні тенденції в частині споживчої кооперації: нарощення обсягів діяльності і ролі в економіці країн; диверсифікація діяльності в нові сфери; високий рівень інтеграції кооперативів різних галузей діяльності; зростання інноваційного характеру кооперативного господарювання; активна державна підтримка і стимулювання кооперативної діяльності[5]. Але, незважаючи на різноступеневий досвід комерціалізації кооперативної діяльності, як свідчить сучасний і півторастолітній досвід існування кооперативних підприємств, запорукою успішного функціонування споживчої кооперації є дотримання фундаментальних кооперативних принципів: демократичних засад функціонування, відданість інтересам пайовиків і соціальна спрямованість діяльності. Відродження цільових засад діяльності більшості кооперативних організацій Європи обумовило орієнтацію діяльності виключно на власних членів, що стало імпульсом зародження і розвитку «кооперативів нової хвилі».

В сучасних умовах глобалізації економіки розвиток вітчизняної кооперації неможливий без використання досвіду і умов діяльності кооперативних підприємств в країнах з розвинутою економікою.

Споживча кооперація України як важлива складова багатоукладної економіки України в процесі реформувань спрямовує свої зусилля на створення власної моделі господарювання, адекватної ринковій економіці: оптимізується склад і галузева структура, удосконалюються функції, розвиваються нові види діяльності. Діяльність національної споживчої кооперації є багатогалузевою й охоплює гуртову та роздрібну торгівлю, заготівлі, виробництво, будівництво, транспорт, освіту, надання послуг та зовнішньоекономічну діяльність, що обумовлює її значний потенціал як у формуванні внутрішнього ринку, так і у використанні переваг від участі у міжнародному поділі праці і євроінтеграційних процесах.

Головними напрямками розвитку споживчої кооперації України на основі досвіду тенденцій європейських країн мають стати:

- запровадження нових кооперативних форм інтегрування (між підприємствами в середині системи споживчої кооперації; між підприємствами споживчої кооперації і підприємствами інших форм власності) шляхом створення багатофункціональних кооперативів (виробничих, постачальницьких, сервісних, маркетингових, кредитних кооперативів) та спільних підприємств;
- активізація і диверсифікація діяльності кооперативних підприємств в нових сферах (туризму, освіти, охорони здоров'я, лізингової діяльності, франчайзингу, інформаційно-консалтингових послуг);
- створення технопарків та інноваційних структур інших типів з метою підвищення технічного та технологічного рівня виробництва, освоєння потенційних ринків, визначення спеціалізації системи споживчої кооперації в міжнародному поділі праці.

Запозичення зарубіжного досвіду розвитку кооперативних систем дозволить не лише інтенсифікувати розвиток кооперативного сектора української економіки, а й модернізувати і оптимізувати всю національну економіку.

Література:

1. *Cooperative Values and Principles for Corporate Social Responsibility. International Day Cooperatives, 2014.* — Way of access : <http://www.ica.coop>.
2. *European Community of Consumer Co-operatives [Електронний ресурс].* - Way of access: <http://www.eurocoop.org/en/>.
3. *Григор'єва С. В. Споживча кооперація країн світу: зарубіжний досвід та проблеми його впровадження в Україні [Електронний ресурс] / С. В. Григор'єва // Українська кооперація. - 2010. - № 3. - Режим доступу: <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/grigorjeva.htm>.*

4. Окландер М. Світовий досвід та стратегічні орієнтири модернізації споживчої кооперації України / М. Окландер, О. Чукурна // Економіст. - 2011. - № 12. - С. 20-23.

5. Сайт електронної бібліотеки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lib.ua-ru.net/inode/37679.htm>

ГРУДКОВСЬКА Я.В.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент В.О. Гурова

СТАН ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Світовий ринок товарів і послуг є сферою сталих економічних відносин, що ґрунтуються на міжнародному поділі праці та проявляються через такі форми міжнародних економічних відносин, як міжнародна торгівля, міжнародний рух капіталу, міжнародний рух робочої сили, міжнародна передача технології, міжнародні розрахунки та валютно-кредитні операції, міжнародна інтеграція. Однією з ключових ланок світогосподарських зв'язків є міжнародна торгівля. Стратегічні напрями розвитку економіки України вимагають ефективного використання конкурентних переваг українських підприємств у напрямі розвитку їх зовнішньоекономічної діяльності та зовнішньої торгівлі зокрема.

Міжнародна торгівля – це сукупність зовнішньої торгівлі різних країн світу, а зовнішня торгівля розуміється як складова зовнішньоекономічних зв'язків поділяється на експорт та імпорт товарів [1].

Західні вчені розглядають міжнародну торгівлю як транскордонний обмін товарами та послугами. А отже, міжнародна торгівля передбачає обмін не тільки товарами, а й послугами, питома вага яких становить до 20% у міжнародній торгівлі [2].

Аналіз показників розвитку економіки України в динаміці за 2014-2018 рр., дає змогу говорити про повільне зростання економіки України. За підсумками 2018 року ВВП виріс на 3%, реальне споживання - на 3,5%, а валове нагромадження основного капіталу – на 14%. В той же час збільшення темпів росту майже на 2% продемонструвала українська промисловість.

Експорт України в 2018 році склав млрд дол США, а імпорт 62,9 млрд дол США. Згідно з даними статистики за останні п'ять років, імпорт в більшості випадків переважає експорт, при цьому негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу за останні два роки збільшилось що свідчить про негативні тенденції зовнішньоторговельної діяльності [3].

Основними торговельними партнерами України в 2018 році були 212 країни, основні з яких: Росія, Китай, Польща, Італія, Туреччина, Німеччина, Індія, Угорщина, Білорусь, США, Франція, Чехія, Швеція, Швейцарія, Австрія.

Література:

1. Алімова О. Зовнішньоторговельна політика України: сучасний стан та перспективи розвитку / О. Алімова // Ун-кі наукові записки. – 2013. – № 1. – С. 404-410.

2. Сазонець О. М. Використання інформаційних систем у поширенні міжнародної торгівлі послугами / О. М. Сазонець // Економіка та держава. – 2012. – № 11. – С. 20-22.

3. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ГУРОВА В.О.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та
міжнародних економічних відносин
Херсонського державного університету

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПОПЕРЕДЖЕННЯ БЕЗРОБІТТЯ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Кінець ХХ – початок ХХІ ст. ознаменувався ерою глобалізації, оскільки все більший вплив на розвиток світового господарства здійснює інтеграція національних, інформаційних та інших ресурсів. Це, у свою чергу, призводить до економік, що сприяє переміщенню між країнами фінансових, трудових, природних переплетіння національних економік, появи впливових міжнародних організацій,

перерозподілу функцій між країнами світової спільноти. Глобалізація чинить суттєвий вплив на ринок праці та соціально-трудова відносини через НТП, який є рушійною силою та головною умовою інтеграції, оскільки приводить до зникнення одних галузей та появи і розвитку інших. Для України це стало головною причиною безробіття, оскільки більша частина незайнятого населення володіє такими освітньо-кваліфікаційними навиками, які б відповідали потребам сучасного ринку праці [2, 3].

Досвід провідних економічно розвинених країн світу у боротьбі з безробіттям становить для нас неабияку практичну цінність, оскільки дозволяє виокремити та змоделювати план дій на майбутнє щодо запобігання та ліквідації наслідків цього негативного соціально-економічного явища. Яскравим прикладом держави соціального добробуту є Швеція, де поряд зі сталим економічним розвитком та високим рівнем життя населення простежується практично повна продуктивна зайнятість і низький рівень безробіття. Заслуговує на увагу той факт, що в цій країні значні зусилля спрямовуються на попередження безробіття, а не на боротьбу з його наслідками. Вагомий вплив на сферу працевлаштування незайнятого населення чинить “Закон про обов’язкову реєстрацію вільних робочих місць” та створення єдиної бази даних про вакантні професії, що дає змогу безробітним оперативно отримувати якісну інформацію про попит на ринку праці.

Шведська модель регулювання зайнятості здійснюється за такими напрямками: селективна державна політика зайнятості в неконкурентоспроможних та малоефективних сферах економіки, які забезпечують вирішення соціальних завдань; політика “солідарності” або рівність в оплаті праці незалежно від фінансового стану працедавця; працевлаштування неконкурентоспроможних безробітних в державному секторі економіки або на приватних підприємствах, шляхом надання їм дотацій та субсидій; надання пільг та кредитів безробітним та їх сім’ям, які погодились на переїзд із районів з надлишком робочої сили до районів, де є трудодефіцит; забезпечення оперативного обліку вакантних робочих місць та інформування про них населення; поширення нетрадиційних гнучких форм зайнятості тощо.

Американська модель зайнятості характеризується децентралізованим законодавством про зайнятість та допомогу безробітним, яке приймається кожним штатом окремо, високою географічною і професійною мобільністю працівників, їх власною скерованістю на досягнення успіху та самореалізацію. Правове регулювання статусу безробітного в цій країні належить до компетенції законодавчої та центральної виконавчої влади [1, с. 57]. У країні існують десятки федеральних програм, метою яких є забезпечення американців соціальним страхуванням, державною допомогою та роботою. Всі вони реалізуються спільними зусиллями федерального та місцевих урядів, втілення яких вимагає з півсотні різних законів та нормативних актів.

Міжнародний досвід у попередженні безробіття засвідчує, що роль держави у вирішенні зазначеної проблеми має бути активною з чітко продуманим механізмом дії, виваженими інструментами впливу та обґрунтованими цільовими програмами. Зарубіжний досвід необхідно використовувати у вітчизняній практиці з урахуванням особливостей національної та регіональної економіки. Зокрема, вважаємо ефективним створення єдиної всеукраїнської бази даних про вакантні робочі місця, яка буде розміщена на офіційному сайті Державної служби зайнятості України. Це дозволить безробітним через мережу Інтернет більш швидко та оперативно провести моніторинг вакантних посад і підібрати для себе найбільш підходящі. Іншим важливим моментом є забезпечення на законодавчому рівні положення про обов’язкову реєстрацію роботодавцями вільних робочих місць, які і формуватимуть єдину базу даних. Корисним для України може стати досвід США у сфері нормативного забезпечення інвестування в людський капітал. Так, важливим превентивним заходом безробіття буде знижка щодо сплати, наприклад, податку на прибуток тим вітчизняним підприємствам, які приймають на роботу неконкурентоспроможних на ринку праці громадян. Особливу увагу слід приділити і розвитку малого бізнесу шляхом надання допомоги з державного чи місцевих бюджетів або можливості отримання пільгового кредиту для відкриття власної справи.

Література:

1. Андрієць О.Ю. Правові механізми регулювання державної політики зайнятості у США / О.Ю. Андрієць // Ринок праці та зайнятість населення. – 2013. – № 3 (36). – С. 56-58.
2. Бандур С.І. Трудоресурсна безпека України в контексті глобалізації економіки та розвитку світового ринку праці / С.І. Бандур; О. І. Цимбал // Вісник Донецького університету. Економіка і право. – 2007. – Вип. 1. – С. 15-20.
3. Белоусова О.С. Актуальні проблеми безробіття в Україні в умовах фінансово-економічної кризи / О.С. Белоусова, А.В. Заїкіна, Г.Ю. Козлова // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту: зб. наук. праць. – 2017. – № 2. – С. 7-12.

ПОРТФЕЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ: РЕЦИПІЄНТНО-ОРІЄНТОВАНІ ТА ІНВЕСТИЦІЙНО-ОРІЄНТОВАНІ МОДЕЛІ

Міжнародний рух капіталу сьогодні відіграє надзвичайно важливу роль як у розвитку окремих країн, так і у формуванні умов функціонування світової економіки у цілому. Однак в наукових дослідженнях більше уваги приділяють саме прямим закордонним інвестиціям, тоді як портфельні інвестиції не стали об'єктом загальної уваги. У цьому знаходить своє відображення той факт, що тривалий період до оцінки портфельних інвестицій підходили з мікроекономічних позицій, трактуючи їх як системні інвестиції (на відміну від разових) у рамках формування інвестиційного портфелю. Саме так до портфельних інвестицій підходили лауреати Нобелівської премії з економіки Г. Марковиць [1] та В. Шарп [2]. Проблеми формування міжнародного інвестиційного портфелю аналізують й сучасні українські дослідники [3].

Разом з тим, в останні кілька десятиліть як у наукових дослідженнях, так і в офіційній статистиці поняття «портфельні інвестиції» використовується у значення, яке протиставляється прямим міжнародним інвестиціям. Найчастіше це інвестування за кордон у придбання боргових цінних паперів та таких часток пайових цінних паперів, які не дають можливості контролювати об'єкт інвестування (за критеріями, які використовують у офіційній міжнародній статистиці – це пакети менше 10% статутного капіталу). У цьому значенні ми й будемо використовувати цей термін у наших дослідженнях.

Загальноновизнаним є той факт, що портфельні інвестиції виступають більш динамічною частиною міжнародного капіталу, а тому активно реагують на зміни економічної ситуації. Їх вплив на економіку країни реципієнта та країни інвестора оцінити однозначно не можливо, оскільки, на нашу думку, цей вплив є поліканальним: якщо через одну систему факторів портфельні інвестиції можуть стимулювати економічне зростання, то через іншу, навпаки, стримувати його. Наприклад, іноземні портфельні інвестиції збільшують у цілому інвестиційні ресурси країни, що може позитивно вплинути на її економічну динаміку. З іншого ж боку, збільшення пропозиції капіталу в країні знижує середній рівень його доходності та служить причиною зменшенню її привабливості для іноземного інвестора.

Дослідження географії потоків міжнародних портфельних інвестицій не дає підстав стверджувати про наявність прямих зв'язків статусу країни як реципієнта чи як інвестора з рівнем її розвитку. Так, найбільшим реципієнтом портфельних інвестицій є США, для яких сумарне перевищення залучених портфельних інвестицій над здійсненими за кордон за 2000-2018 рр. становить майже 7 трлн. дол., а найбільшим інвестором є Німеччина, чисті закордонні портфельні інвестиції якої за той же період перевищили 1,2 трлн. дол. [4]. На нашу думку, статус країни визначається не її розмірами та рівнем розвитку, а тією економічною моделлю (реципієнтно-орієнтовану чи інвестиційно-орієнтовану), яку вона обрала.

Разом з тим, сам вибір моделі багато в чому залежить від інших показників національної економіки, зокрема від стану зовнішньоторговельного балансу. Так, аналіз рис.1 наочно демонструє значне співпадіння напрямків зміни чистого експорту та чистих портфельних інвестицій для США. Наявність зв'язку між цими показниками підтверджує й кореляційний аналіз: коефіцієнт кореляції становить 0,61, що дає підстави вважати такий зв'язок суттєвим.

Перевірка висунутої гіпотези для України теж підтверджує наявність прямого зв'язку між чистим експортом та чистими портфельними інвестиціями, хоча тіснота його й дещо менша (коефіцієнт кореляції 0,4).

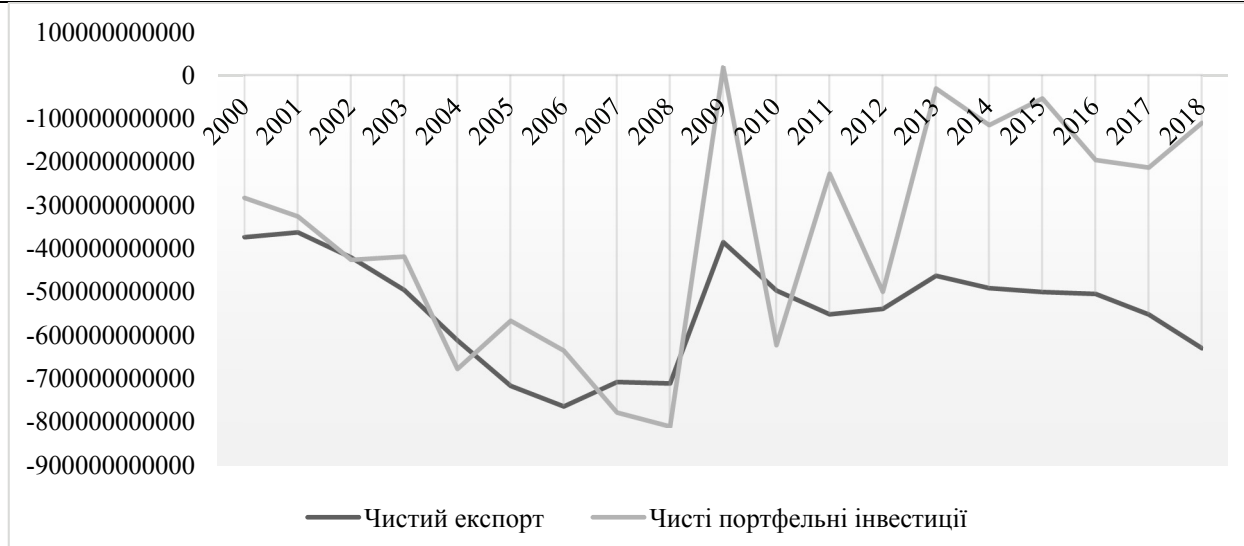


Рис. 1. Чистий експорт та чисті портфельні інвестиції США (дол.) [4].

Таким чином, оцінка ролі портфельних інвестицій у розвитку тієї чи іншої країни потребує комплексного аналізу обраної нею економічної моделі.

Література:

1. Markowitz H. M. *Portfolio Selection: Efficient Diversification of Investments* / Harry M. Markowitz. – New York: John Wiley and Sons, Inc., London: Chapman and Hall, Ltd.; Cowles Foundation for Research in Economics at Yale University, 1959. – 344 p.
2. Sharpe W. F. *A Simplified Model for Portfolio Analysis* / William F. Sharpe // *Management Science*. – 1963. – Vol. 9, № 2. – P. 277-293.
3. Дзюба П.В. Глобальні дисбаланси в міжнародних портфельних потоках: емпіричне тестування теоретичних підходів / П. В. Дзюба // *Європейський вектор економічного розвитку*. – 2014. - №1 (16). – С. 48-57.
4. World Bank [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://databank.worldbank.org/indicator/>

КАМБУРОВА Ю.І.,

студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Ю.В.Ушкаренко

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ

Одним із стратегічних напрямів розвитку агропромислового виробництва України є кооперація. Для розвитку кооперації в Україні прийнято низку нормативно-правових актів, стратегій, концепцій, проектів і цільових програм. У кожному документі значна увага приділялася питанням державної підтримки кооперації, основним принципам та механізмам її формування. Окреме місце відводилося діяльності державних органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо формування кооперативних відносин. У положеннях Закону України “Про сільськогосподарську кооперацію” [3] зазначено, що основне завдання державної політики полягає у сприянні розвитку обслуговуючих кооперативів та розробленні механізму їх державної підтримки. Центральні, місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування повинні всебічно підтримувати розвиток і зміцнення економічної самостійності кооперативів та не допускати будь-яких обмежень щодо їх господарської активності й ініціатив.

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України кількість сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів (СОК) в Україні в 2018 р. склала 1097 одиниць. За період 2010-2017 рр. їх кількість зросла на 452 одиниць. Проте, із загальної кількості зареєстрованих СОК реально здійснюють господарську діяльність лише 589 одиниць, що складає 54% [2].

За напрямками діяльності більшість членів обслуговуючих кооперативів пов’язує свою господарську діяльність з виробництвом молока та обробіткою землі і збиранням урожаю, питома вага яких у загальній структурі становить відповідно 25,6 та 25,8%. Переважна більшість СОК (50,6% від

їх загальної кількості) є багатофункціональними. Завдяки розвитку кооперації на селі створено 1636 робочих місць на постійній основі.

Міністерство аграрної політики України розробило проект Концепції розвитку фермерських господарств і сільськогосподарської кооперації на 2018-2020 рр. Метою цього документа названо створення правових, економічних та організаційних умов для малих виробників сільгосппродукції та їх об'єднань, підвищення їх продуктивності, дохідності, модернізації, диверсифікації сільськогосподарської діяльності, нарощування доданої вартості та доступу до фінансів. Проектом Концепції передбачається надання державної підтримки фермерським господарствам і сільськогосподарським кооперативам в обсязі не менше 1 млрд. грн. щорічно для: стимулювання розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, утворених фермерськими господарствами; стимулювання переходу фермерських господарств на виробництво органічної продукції (сировини); стимулювання первинної обробки та переробки вирощеної фермерськими господарствами продукції; підтримки розвитку тваринництва у фермерських господарствах; техніко-технологічного оновлення фермерських господарств і сільськогосподарських кооперативів [1].

Проте цьому напрямку в Україні не приділяли достатньо уваги. Водночас досвід європейських країн свідчить, що завдяки об'єднанню з іншими фермерами, дрібними сільгоспвиробниками вдається значно підвищувати ефективність своєї діяльності. Концепцією передбачено надання фінансової підтримки сільськогосподарським обслуговуваним кооперативам, що здійснюватимуть первинну обробку та переробку продукції фермерських господарств. Держава стимулюватиме створення фермерами сільськогосподарських кооперативів – як самостійно, так і спільно з членами особистих сільських господарств. Це дозволить розвинути переробку сировини всередині країни та сприятиме виробництву агропромислової продукції з високою доданою вартістю. Кооперація з іншими виробниками дозволить фермерам більш ефективно реалізовувати свою продукцію як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках, конкуруючи з посередницькими структурами.

Таким чином, мотивація державної підтримки сільськогосподарської кооперації базується на спільності інтересів. Взаємовідносини держави і кооперативів повинні базуватися на вирішенні питань за такими напрямками: створення умов для розвитку всіх видів кооперації; активізація діяльності кооперативів у вирішенні як економічних, так і соціальних проблем; використання кооперативних цінностей для зміцнення основ демократії держави і формування громадянського суспільства; розширення співробітництва кооперативів України з міжнародним кооперативним рухом.

Література:

1. Ковальова О. Правове поле розвитку сільськогосподарської кооперації потребує змін. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/en/node/23256>.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Про сільськогосподарську кооперацію. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>.

КРЕСТИНИЧ І.В.,

студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.Д. Осадчий

АНАЛІЗ ПРЯМИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Досвід провідних країн Світу свідчить про те, що в їх розвитку важливе місце займають інвестиції, які дають поштовх до зростання економіки та підвищення її конкурентоспроможності. На сьогоднішній день в Україні є потреба в активізації інвестиційної діяльності, а отже в аналізі та оцінці її показників.

Поняття «інвестиції» спершу ототожнюється з латинським “investire”, що означає «облачати», «вкладати», або з англійським “investments”, що означає «капітальні вкладення» [1].

Л. Гітман і М.Джонка під інвестуванням розуміють спосіб розміщення капіталу, який повинен забезпечити заощадження або зростання капіталу" [2, с. 11].

Оцінка та аналіз прямих інвестицій в економіці України представлена в табл. 1

Прямі інвестиції в економіку України (акціонерний капітал) [3]

Показник	2017 рік	2018 рік	Абсолютний приріст	Темп приросту у %
Акціонерний капітал нерезидентів, млн.дол. США	31606,4	32291,9	686,0	2,17
В тому числі:				
Країни ЄС, млн.дол. США	24145,2	24742,7	597,3	2,4
У % до загальної кількості	76,3	76,6	0,3	-

Як свідчать дані таблиці в 2018 році, в порівнянні з 2017 – акціонерний капітал нерезидентів зріс на 686 млн.дол. США, що складає 2,17%. 3 країн ЄС, які в структурі інвестицій займають 76-77%, у 2018 році акціонерний капітал нерезидентів зріс на 597,3 млн.дол. США, що становить 2,4%. Таким чином можна зробити висновок про позитивну динаміку інвестиційної активності в Україну за останні два роки.

Важливим завданням державної політики в сфері інвестування є забезпечення рівних умов для ведення бізнесу та вкладання активів в економіку України суб'єктами господарювання різних форм власності [4]. Також актуальним є забезпечення державою здійснення процесу інвестування на прозорих та цивілізованих засадах, а також поліпшення структури інвестиційних джерел.

Література:

1. Вірбулевська О.В. Прямі іноземні інвестиції та їх вплив на діяльність українських підприємств / О.В. Вірбулевська, О.А. Малик. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_EISN_2013/Economics/2_137014.doc.htm.
2. Гітман Л. Дж. Основи інвестування: пер. с англ. / Л.Дж. Гітман, М.Д. Джонк. – М.: Дело, 1999. – 1008 с.
3. Сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Товстиженко О.В. Роль іноземних інвестицій в інтенсифікації розвитку вітчизняного виробництва / О.В. Товстиженко // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 1. – С. 104–108.

Крупський С.С.,

студент 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Ю.В. Ушкаренко

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ПОДОЛАННЯ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Через високий рівень тіньової економіки детінізація є одним з ключових завдань задля забезпечення економічної безпеки та створення умов сталого розвитку України. Проте сутність питання детінізації економіки є не менш суперечливим, ніж сама тіньова економіка. Відсутність у країні конкретного плану заходів щодо боротьби з тіньовою економічною діяльністю унеможливило ефективне розв'язання цієї проблематики [1]. На рис. 1 представлено інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні і темпи приросту/зниження рівня реального ВВП.

За результатами досліджень Контрольної групи по боротьбі з легалізацією незаконно придбаних грошових коштів (Великобританія), у світі спостерігається важлива тенденція – тіньова економіка постійно зростає. Перші місця у цьому списку займають економіки Грузії, України, Росії, Латвії та Естонії. Для порівняння: в Україні тіньова економіка складає половину усього господарства, у Польщі – це майже 30% економіки, в Італії, Греції, Іспанії – 25% [1]. Найменше неофіційного обороту в економіці мають Швейцарія (8,4%), США (9%) та Німеччина (9%). У самій же Великобританії цей показник оцінюється на рівні 7% ВВП. В цілому, за підрахунками експертів, у найзаможніших країнах Організації економічного співробітництва і розвитку тіньова зона у середньому складає 18,7% ВВП. У нашому регіоні Європи – 38%. Що ж стосується обсягів тіньової економіки низки латиноамериканських країн (Колумбія та ін.), то фахівці схильні оцінювати їх на рівні 70% ВВП [1].

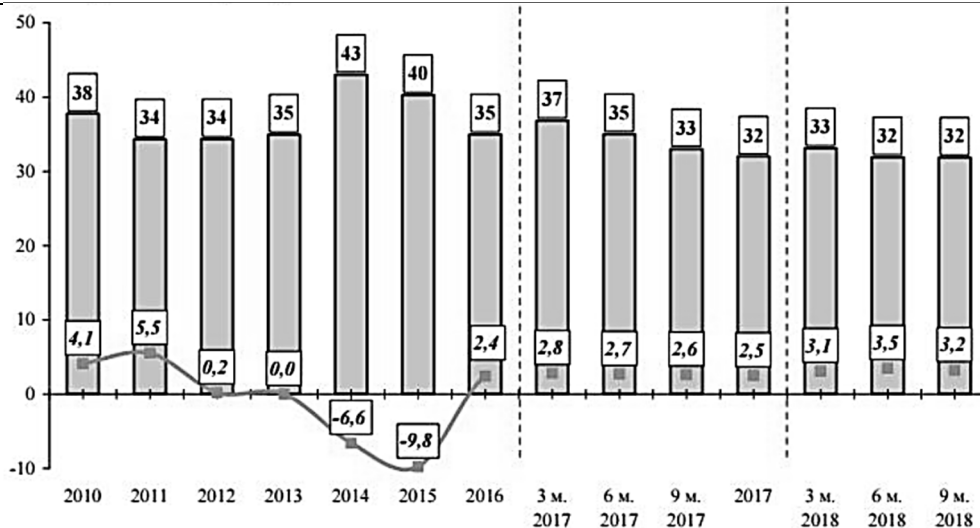


Рис. 1. Інтегральний показник рівня тіньової економіки в Україні (у % від обсягу офіційного ВВП) і темпи приросту/зниження рівня реального ВВП (у % до попереднього року)

Джерело: адаптовано[2].

Для обмеження масштабів тінізації відносин на ринку праці в Україні доцільно використати досвід Словаччини та Німеччини, адже у цих країнах зайнятість населення здійснюється лише через Державний центр зайнятості, що дає повноцінну статистику та позитивний результат[3]. Використовуючи досвід Європейського Союзу, Україні необхідно вступити до міжнародних організацій, що ведуть боротьбу з відмиванням грошей. Разом з тим, заради здійснення розслідування діяльності транснаціональних організованих кримінальних угруповань в економічній сфері всіх країн та отримання належної інформації для подальшої співпраці з усіма країнами світу потрібно посилити співробітництво України з організацією «Інтерпол».

Використовуючи досвід США, варто посилити роль державних спеціальних служб у контролі за поширенням тіньової економіки в країні та їх взаємодію із державною структурою в цілому. Так, у США співробітники служб безпеки, таких як ФБР та ЦРУ, дуже часто працюють у відомих американських концернах та корпораціях, тим самим контролюючи їх діяльність. Крім цього, у США досить поширена практика використання послуг платних інформаторів, які допомагають викрити порушників податкового законодавства.

Слід також зазначити, що важливе місце в державній системі обмеження тіньової економічної діяльності у США займають податкові служби. Їх значення постійно підвищується, функціональні можливості посилюються, а правова база постійно вдосконалюється. Так, крім функцій утримання податків і контролю за доходами населення податкові служби також вирішують завдання боротьби з тіньовою економічною діяльністю. У цілому, ефективна реалізація заходів з детінізації економіки сприятиме не лише формуванню повноцінного ринкового середовища, розвитку економіки, легалізації капіталу, процесу демократизації економіки і суспільства в цілому, а й значному підвищенню конкурентоспроможності економіки та усуненню реальних загроз національній безпеці держави.

Література:

1. Концепція (стратегія) детінізації української економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Evointeg/Prezl/roz7.htm>
2. Методичні рекомендації розрахунку рівня тіньової економіки: затверджені наказом Міністерства економіки України від 18.02.2009 р. №123 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/file/link/135879/file/>
3. Ангелко І.В. Світовий досвід обмеження масштабів тіньової економіки та перспективи його застосування в Україні / І.В. Ангелко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2016. – №5. – Т. 4. – С. 193-198.

IMPACT OF DEMONETIZATION ON THE ECONOMIC GROWTH OF INDIAN ECONOMY

Demonetisation is going to be a landmark in the history of the Indian economy. It was an experience which might create fear in the minds of the people who indulge in illegal activities like tax evasion or money laundering of any kind.

On November 8, 2016, the Indian government declared that the 500 and 1000 rupee notes will be stripped of their status as legal tender effective from midnight. These notes accounted for 86 percent of the country's cash supply by value. Citizens were given time till December 31, 2016 to deposit their old currency notes and exchange them for the new currency notes of rupee 500 and 2000. The government's aim was to root out counterfeit currency, fight tax evasion, curb inflation, eliminate black money and terror-funding, and to promote a cashless economy.

The term demonetisation is not new to the Indian economy. The highest denomination note ever printed by the Reserve Bank of India was the 10,000 rupee note in 1938 and again in 1954. It was demonetised first in 1946 and then in 1978. Since not many people had access to such notes at the time, this did not have a big impact on the country. It was again happens on 8th November 2016.

The latest round of demonetisation has undoubtedly affected the common public and bankers. It has had many short term effects which are visible. The long term effects are yet to be experienced and felt.

Need for demonetization:-

- High denomination notes are known to facilitate generation/ circulation of black money
- Total number of bank notes in circulation rose by 40 percent between 2011 and 2016
- Increase in number of notes of INR 500 denomination was 76 percent and for INR 1,000 denomination was 109 percent during this period
- Infusion of new series bank notes will be monitored and regulated by RBI
- The World Bank in July, 2010 estimated the size of the shadow economy for India at 20.7 percent of the GDP in 1999 and rising to 23.2 percent in 2007
- A parallel shadow economy corrodes and eats into the vitals of the country's economy resulting in:
- Inflation- adversely affects the poor and the middle classes
- Depriving the Government of its legitimate revenues
- Forged cash used to fund terrorist activities against India

Impact of Demonetisation on the Indian Economy

- On Gross Domestic Product
- On daily wages worker
- On Small Scale Industry
- On Black Money
- On Inflation
- On Terror fund

Table 1

Macro-Economic Aggregate at Constant Price (Based Year 2011-12; Amount in Billion INR)

Year	GVA at Basic Price	Consumption of Fixed Capita	NVA at Basic Price	Indirect tax	GDP at MP	NDP at MP	GDP Growth Rate
2011-12	81069	9171	72897	6293	87363	78191	6.5
2012-13	85462	10106	75356	6667	92130	82023	5.46
2013-14	90636	11006	79630	7377	98013	87007	6.39
2014-15	97190	11807	85382	8179	105369	93562	7.51
2015-16	104905	12641	92263	8904	113810	101168	8.01
2016-17	111954	13479	98375	10044	121898	108419	7.11

Source: handbook of RBI 2016-17

As per the data published in hand book of statistics on Indian Economy by RBI, GDP at Market price fell approximately by 1 percent as compared to previous financial year. It registered a growth of 7.11 % from previous year as compared to the 8.01% growth witnessed during 2015-16. Table 1 indicates that GDP lost its growth streak of 4 years in the financial year 2016-17. GDP growth rate increased from 5.46% in 2012-13 to 8.01% in the year 2015-16.

The government is taking steps to improve liquidity into the system and reduce inconvenience as much as possible.

The decision of this surgical strike on black money was not taken in a day or two. Rome was not built in a day and similarly, this plan is the result of Prime Minister's meticulous planning and never ending fight against corruption.

As a result, he has successfully made the right stroke at the right time. Further, the penal provisions are hefty enough to ensure that corrupt practices will find it hard to take roots again. Despite certain short term troubles, demonetization is certainly going to give a boost to the Indian economy in the long run. As of now, all of us should stand and support this bold move of our Prime Minister and help those needy, around us.

Literature:

1. ALKA CHAUDHARY Assistant Professor, Motilal Nehru College Evening, University of Delhi, "Impact of Demonetisation on Indian Economy, Journal of Research in Humanities & Soc. Sciences, Vol. 5, Issue: 6, June :2017
2. <https://www.youthkiawaaz.com/2017/12/impact-of-demonetisation-on-the-indian-economy/>
3. https://rbidocs.rbi.org.in/rdocs/Publications/PDFs/0HSIE_F.PDF

КУРБЕТ О.,

к.е.н., науковий співробітник відділу економічної історії
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

МОТИВИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ МІГРАЦІЇ: ІСТОРИЧНИЙ ЗРІЗ ТА РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ

Підвищений інтерес до проблем та тенденцій розвитку економіки в реаліях глобалізованого економічного простору актуалізує цілий ряд питань пов'язаних з міграцією інтелектуалів як ключових акторів сучасного суспільства, основою якого є інформація та знання. Переміщенням високоосвічених осіб надається все більшого значення у поступі сучасної науки та технологій. Ці переміщення проявляються у різних формах – від закордонного стажування та підвищення кваліфікації до фактичної зміни місця проживання інтелектуала та його родини. Втім, інтелектуальна міграція не є новим явищем. Лік її тисячолітньої історії можна почати зі стародавніх часів, наприклад від Арістотеля [1], однак змін зазнавали її масштаби та мотиви.

Історико-економічний аналіз дозволив виокремити переміщення українських інтелектуалів, які мали найбільш відчутний вплив на розвиток України, починаючи з другої половини XVII ст. По-перше, традиційно відбувався виїзд наукових кадрів та студентства для навчання та підвищення кваліфікації до інших країн, зокрема до університетів Західної Європи, з метою повернення у країну походження для реалізації набутого досвіду. Ця традиція – аналог сучасного явища академічної мобільності – була закладена випускниками Києво-Могилянської академії у 1630-х роках та отримала своє продовження у середині XIX ст. зі створенням інституту стажування перспективних науковців для отримання наукового ступеня, кафедри тощо. Стажування могло тривати 2–3 роки і проходило у провідних західних університетах, бібліотеках, архівах, а також на виробничих підприємствах, де вчені мали можливість ознайомитись із останніми науково-технічними досягненнями та організацією виробничого процесу.

По-друге, як і господарські та соціальні процеси, інтелектуальна міграція на різних історичних етапах була зумовлена колоніальним становищем України у складі різних імперій. Це спричинило відтік найкращих наукових кадрів до метрополій, як за вимогою владної еліти, так і добровільно задля максимальної реалізації здібностей, адже імперські центри надавали більше можливостей. Особливий інтерес для влади, як агенти змін, освітяни та державні діячі, представляли випускники та викладачі Києво-Могилянської академії. За даними дослідниці Наталії Полонської-Василенко, в період 1721–1750 рр. «не менше, як 200 вихованців Академії займали видатні місця в Росії» [2, с. 216]. Акцентуючи увагу на значному впливі української інтелектуальної еліти на розвиток російської науки та культури, англійський історик Девід Сондерс, зазначав, що в середині XVIII ст. «українці були більш освіченими, ніж росіяни, натомість вже у XIX ст. росіяни почали засновувати в Україні університети» [3, с. 253].

Фактично українські інтелектуали стали провідниками західної традиції, формуючи місток між європейською та московською культурами.

По-третє, одним із важливих чинників інтелектуальної міграції були політичні утиски, що проявлялись у обмеженні цілого ряду прав та свобод українців. Найбільш критичними з точки зору втрат інтелектуального та людського потенціалу визначено такі події:

– так звана «Мазепинська еміграція» на початку XVIII ст. (Іван Мазепа, Пилип Орлик, старшинські родини, городові та запорозькі козаки) вирізнялася якісними незворотними втратами інтелектуальної еліти, здатної до боротьби за українську державність навіть за кордоном;

– результатом Емського указу (1876 р.) стали звільнення з університетів та еміграція до країн Західної Європи видатних українських вчених М. Драгоманова, П. Чубинського, С. Подолинського, М. Зібера, Ф. Вовка, А. Ляхоцького та ін.;

– у результаті так званого «Філософського пароплаву» – висилки за кордон представників інтелектуальної еліти України у 1922–1923 рр., частину професорсько-викладацького складу було звільнено із займаних посад, частині вдалося емігрувати, а більшість було депортовано у віддалені губернії РСФРР;

– утвердження на українських землях більшовицько-радянської влади, яке супроводжувало завершення Першої та Другої світових воєн сформувало безпрецедентний відтік національної інтелігенції. В результаті українські землі залишили не лише представники культурної та наукової, разом з ними було втрачено й державотворчу еліту та її потенціал.

Таким чином, залучення українських інтелектуалів до державотворення та наукової діяльності імперій, обмеження інтелектуальних та етнічних прав і свобод, нищення української культури, фізична ліквідація вчених суттєво обмежили потенціал економічного розвитку України. Як бачимо, в історичному контексті найбільш чисельні міграції були зумовлені політичними мотивами. Досвід багатьох країн лише підтверджує тісний зв'язок міграційних пересувань високоосвічених громадян з політичною міграцією, наприклад виїзд науковців із нацистської Німеччини у 1930-х рр. Більше того, явище інтелектуальної міграції у історичному контексті по праву можна вважати лакмусовим папірцем демократичності суспільства. У зв'язку з цим постає питання: чому за відсутності імперських утисків, проблема відтоку інтелектуалів досі не є вирішеною?

Даючи відповідь на питання важливо розуміти, що нині інтелектуальна міграція стала більш звичним явищем. Економічні можливості сучасного світу, посилення глобалізаційних та інтеграційних процесів у політичному та культурному сенсах розмили кордони і, за вдалих висловом дослідниці Есі Анса, «проклали містки між досі розділеними світами» [4, с. 21]. Сьогодні у справі підтвердження фаховості та професійної кваліфікації вчених все більшого значення надається зв'язкам з міжнародною спільнотою та інтеграції науковців до глобального наукового простору. Результати дослідження, здійсненого на основі інформації наявної у міжнародній наукометричній базі даних Web of Science, показали, що кількість мобільних науковців, які працюють на міжнародному рівні, становить всього 4 %, однак вони виявляють найбільший вплив у всьому світі [5, с. 31]. Тому одним з головних інструментів підвищення професійного рівня українських науковців та їхнього виходу на світовий рівень є сприяння академічній мобільності на засадах повернення у країну походження.

Разом з тим змін і трансформацій зазнала система мотивації. Якщо до 1920-х років стажування наукових кадрів передбачало та пропонувало просування по кар'єрних сходинках в університетах країни, то сьогодні українські науковці вбачають у ньому додаткове вікно можливостей для виїзду за кордон у пошуках кращих умов для реалізації особистісного потенціалу та досягнення певного рівня комфорту, в тому числі соціального. Відтак, заходи міграційної політики, направлені на збереження інтелектуального потенціалу України та запобігання еміграції інтелектуалів, варто скеровувати на створення сприятливих соціально-економічних умов у рідній країні.

Міцним фундаментом для входження України у реалії глобалізованого економічного простору на повноправних суб'єктних засадах може стати також формування конкурентоспроможного наукового середовища. Це передбачає створення сприятливих умов для наукової праці, наукових хабів та осередків, які притягуватимуть не лише вітчизняних, а й іноземних інтелектуалів, що є вкрай важливим в умовах, коли наукова система в цілому все більше залежить від наукової співпраці.

Література:

1. Khoshkish, A. *Intellectual Migration: A Sociological Approach to "Brain Drain."* Cahiers d'Histoire Mondiale. Journal of World History. Cuadernos de Historia Mundial. 1966. Vol. 10, No. 1. pp. 178–197.

2. Полонська-Василенко, Н. *Історія України: У 2 т. Т. 2. Від середини XVII століття до 1923 року*: Київ: Либідь, 1995. 606 с.

3. Saunders, D. *The Ukrainian Impact on Russian Culture, 1750–1850*: Edmonton: Canadian inst. of Ukrainian studies: University of Alberta, 1985. 415 p.

4. Ansah, E. E. *Theorizing the Brain Drain*. African Issues. 2002. Vol. 30, No. 1. pp. 21–24.

5. Sugimoto, C. R., Robinson-Garcia, N., Murray, D. S., main. *Scientists have most impact when they're free to move*. Nature. 2017. Vol. 550, No. 7674. pp. 29–31.

ЛЕБЕДЧЕНКО В.В.,

старший викладач кафедри економіки та маркетингу
Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

ДУРНЕВИЧ Г.М.,

студентка 4 курсу факультету літакобудування
Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

«ЗЕЛЕНА» ЕКОНОМІКА ЯК ШЛЯХ ДО ПОДОЛАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО КРИЗУ

З кожним днем потреби людства ростуть, і в результаті чого спостерігається виснаження природних ресурсів, відбувається їх дефіцит, забруднення води і нестача прісної, рівень викидів вуглекислого газу досяг 40 %. В результаті загострення таких проблем, потрібні ефективні рішення, щось нове, що зменшить, а в майбутньому і припинить негативний вплив на навколишнє середовище.

«Зелена» економіка – це шлях до поліпшення життя, соціального статусу людей і держави, до зменшення екологічних проблем шляхом створення безвідходних технологій, перехід на нові джерела енергії, енергія вітру, сонця, геотермальна, або енергія біомаси. І тому перехід на «зелену» економіку, можливо, допоможе країні покращити рівень життя та екологічну безпеку в умовах технічного прогресу.

Екологічна економіка є певним поштовхом у розробці збалансованих шляхів розвитку, тобто інвестицій в природний капітал, збільшення площі заповідних територій, зміна лісового законодавства, посилення захисту лісів, розробка екологічно чистих продуктів харчування, створення більш ефективної системи штрафів за забруднення природного капіталу країни, виробництво органічної продукції в сільському господарстві, раціональне використання енергетики, зменшення обсягів відходів завдяки впровадженню замкнутого циклу виробництва та максимально повній утилізації відходів.

Експерти виділяють чотири напрями, за допомогою яких формування «зеленої» економіки і пов'язані з цим структурні реформи можуть стати основою економічного розвитку [1, р. 38 – 40].

По-перше, перехід до «зеленої» економіки здатний збільшувати «вхідні» ресурси економіки (input effects) внаслідок підвищення продуктивності й ефективності використання ресурсів.

По-друге, становлення «зеленої» економіки супроводжується позитивними структурними змінами (efficiency effect) під впливом значних інвестицій у системоутворюючі сектори (такі, як енергетика, будівництво, житлово-комунальне господарство тощо), спрямованих на оновлення виробничого апарату, підвищення енергоефективності, перехід до альтернативних джерел енергії та зниження викидів парникових газів.

У сукупності це має призвести до зростання ефективності названих галузей та економіки в цілому.

По-третє, розвиток «зеленої» інфраструктури (зокрема системи водопостачання та каналізації, громадського транспорту, орієнтованого на альтернативні джерела палива тощо) забезпечить активізацію економічного розвитку і з боку пропозиції, і з боку попиту, одночасно розширюючи зайнятість і сприяючи зниженню безробіття (stimulus effects).

По-четверте, перехід до «зеленої» економіки об'єктивно стимулює інноваційну активність (innovation effects), яка має підтримуватись сприятливим конкурентним середовищем та дієвими інструментами регулювання.

Важливо наголосити, що концепція «зеленої» економіки не замінює собою концепцію сталого розвитку, а розвиває її та являє собою засіб її практичної реалізації. «Зелений» розвиток може бути забезпечений лише за умови інтеграції екологічної та економічної політики таким чином, щоб

суспільний прогрес, економічне зростання і підвищення якості життя населення відбувались на тлі скорочення загроз навколишньому природному середовищу [2].

Лідером в розвитку «зеленої» економіки є Південна Корея, яка обрала концепцію «зеленого» зростання як національної стратегії, основна увага приділяється промисловості, енергетиці та інвестицій, «зеленим» видам транспорту, альтернативних джерел прісної води, технологіями переробки відходів, розвитку парків, облаштування річок в межах міста. З 2011 р. Південна Корея запустила систему «зелених платіжних карт» для стимулювання «зеленого» споживання товарів, вироблених з екологічними інноваціями. За допомогою таких карт враховуються споживання «зелених» товарів і послуг, використання громадського транспорту замість особистого а також, використання енергоефективних товарів [3].

Світовий досвід показав, що «зелена економіка» в першу чергу сприяє економічному прогресу і забезпечить зростання внутрішнього валового продукту, збільшення дохідної частини, створення робочих місць для населення, зменшуючи при цьому показник безробіття в країні. При цьому вона знижує ризики від глобальних загроз, таких як зміна клімату, виснаження корисних копалин і дефіцит водних ресурсів. Тому з кожним роком її масштабний інтерес буде зростати.

Література:

1. *Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development. The World Bank. – Washington, D. C., 2012. – 171 p.*
2. *Towards Green Growth. May 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oecd.org/greengrowth/48224539.pdf>*
3. *"Зелёная" экономика: как она развивается в мире и Казахстане. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://informburo.kz/stati/zelyonaya-ekonomika-kak-ona-razvivaetsya-v-mire-i-kazahstane.html>.*

NATORINA A.,

Phd (Economics), Acting Head of the International Economics,
Accounting and Finance Department,
Academician Yuriy Bugay International
Scientific and Technical University

NOTIONAL BACKGROUND OF CONNECTED RETAIL

Driven by the rapid acceleration of digital technology and changing customer expectations, retailers are continuing to transform their organizations. Retailers are in a position to connect with customers through technology to offer a far superior experience – anticipating and surpassing their needs and expectations. This determines the relevance of choosing connected retail as an object of paper.

Today, a limited number of international companies are researching the features of connected retail, among which: Deloitte [1] and PwC [3]. Therefore, the aim of the work is to explore the basis of connected retail and identify profit drivers of connected retail for the effective implementation of the connected retail.

Connected retail means connecting the customer seamlessly to personalized marketing, the physical store, the digital experience, supply chain, seamless payment options, and most importantly to help staff to deliver a branded customer experience. Convergence in retail, competition, and the continued blending of physical and digital operations are driving businesses to find new ways to create value for consumers and stakeholders, while capturing value for themselves and investors. Retailers and competitors from other consumer-focused retailers have developed variations on subscriptions, marketplaces, fulfillment as a service, in-house ad and media networks, web and cloud services, licensing internal technologies, and venture funds (Figure).

<ul style="list-style-type: none"> • Store within a store • Private label credit card • Membership or co-op model • Digital / DTC • Store within a store 	<ul style="list-style-type: none"> • Consumer services • In-house media management • Subscription • Third-party selling • Payment platforms and financial 	<ul style="list-style-type: none"> • Internal venture funds • Logistics as a service • Media and entertainment • Web and cloud services • Fulfillment services
Traditional retail	Traditional and post-traditional retail	Connected retail

Figure – Profit drivers of connected retail (based on [1-3])

In many cases, these additional profit models can help businesses improve their bottom line and maintain their customer base, but determining their true value is extremely difficult with traditional retail metrics. As retailers shift focus to new ventures, consumers, and channels, the industry can no longer measure performance. New metrics and benchmarks are required for crucial aspects of business performance, such as capital deployment and cash flow management. Moreover, traditional metrics have evolved over time; they are defined differently and can have entirely different meanings across retailers. The industry can benefit from a new perspective and consistency. Separately, it should be noted that the author in [2] proposed metrics that contribute to increasing the effectiveness of retailers. These metrics also can be considered as component of the notional background of connected retail.

The state of retail metrics, it's important to examine how retailers perform across all formats and stages of maturity and to understand what drives value for the enterprise and stakeholders (for example, real estate partners, vendor partners, and industry analysts). Different metrics carry more weight at different times in a company's development and should be given more (or less) attention as enterprises mature.

Connected retail means transforming the business from the front to the backend and across the supply chain. It is no longer just about adding an online channel; it is about a new operating model that is customer centric, agile and powered by data and technology. It is now time to rethink operating models, starting with a change in mindset, reshaping organizational structures, changing the way business success is measured and employees incentivized. Beyond this, retailers need to also factor in broader global, societal, environmental and community concerns – that will increasingly influence the bottom line. Therefore, retailers need to have an increased focus on direct-to-consumer interaction and experience to ensure that their brands retain value when competing with retailer's private labels. In the terms of connected retail, consumer goods companies will need to focus on (a) consumer insights; (b) direct-to-consumer sales channel; (c) systems of engagement.

Thus, it should be concluded that it is important and advisable to implement the connected retail concept, which provides for the mandatory use of profit drivers. This is due to the fact that within the next few years, digital technology will be pervasive, so whether you are a customer, employee or supply chain partner, you will interact seamlessly with the physical and digital ecosystem of a retail environment in an efficient rewarding way. However in order to achieve this, retailers must continue to invest in technology to redefine and simplify their operating model and performance metrics.

Literature:

1. Deloitte (2019). *Analytics*. URL: <https://www2.deloitte.com/>
2. Natorina A. *Online retailers' management system of marketing commodity policy*. *Економічний часопис XXI*. 2018. № 174(9-10). С. 69–72. DOI: <https://doi.org/10.21003/ea.V174-11>
3. PwC (2019). *Data and analytics*. URL: https://www2.deloitte.com/global/en/insights/topics/analytics.html?icid=top_analytics

НЕДОЙНОВ К.В.,

курсант 2 курсу факультету фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.В. Соломіна

ЧИКВАШВІЛІ Д.О.,

курсант 2 курсу факультету фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.В. Соломіна

ПЕРЕДУМОВИ ІНТЕГРУВАННЯ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОЇ «ЗЕЛЕНОЇ» ЕКОНОМІКИ

В умовах глобалізації світової економіки зростає рівень вичерпності природних ресурсів, що викликає необхідність просування концепції «зеленої» економіки та підприємництва. Сутність даної концепції полягає у тому, що в дію вводяться екологічно чисті технології, а не очисні обладнання. Це свідчить про тенденцію до зростання інтересу, активізацію ініціатив компаній та інших організацій щодо втілення стратегій відповідального ведення бізнесу [1].

Забезпечення «зеленого підприємництва» здійснюється на екологічному ринку, спрямованому на отримання прибутку через задоволення суспільних потреб в сприятливих умовах життєдіяльності та вигоди навколишньому середовищу [2].

Екологічний бізнес є дуже привабливим у розвинених країнах світу: у країнах ЄС майже 10 тис. фірм екологічного підприємництва, у США близько 500 тис. компаній, в Канаді - 3500. Крім того, екологічноорієнтована продукція утримує міцні позиції у всіх економічно розвинених країнах як у випуску товарів промислового призначення, так і у виробництві споживчих товарів [2].

Досліджуючи світову вартість виробленої продукції й послуг в секторі «зеленої економіки» у 2018 р., вона оцінювалася у 2 трлн дол., або 2,7% від світового ВВП, прибуток – 530 млрд дол.; зайнятість – у межах 10 млн осіб. Зокрема у США «зелена економіка» складає 4,2% від ВВП, зайнятість оцінюється в 3 млн осіб; у Японії – 3,4% ВВП і приблизно 1,5 млн осіб; у країнах ЄС у цілому – 2,5% сукупного ВВП і понад 3,4 млн осіб [4].

Важливим індикатором «зеленої економіки» є індекс екологічної продуктивності (ЕПІ), який є комплексним показником оцінки екологічної політики держави й окремих її суб'єктів. Україна посідає 102-ге – 120 -те місце серед 132-х країн світу з показником у 46,31%. Найкращий показник за має Швейцарія – 76,2%. Найбільший приріст індексу спостерігався в Азербайджані – 15,95%. У Росії ЕПІ склав 45,43% [4].

Перехід на «зелену економіку» передбачає комплексні зміни у всіх секторах економіки. Первинний сектор вимагає найбільш радикальних змін, оскільки саме тут створюються продукти для задоволення первинних потреб людства. Сільське господарство має бути переорієнтоване на виробництво органічної продукції.

Вторинний сектор економіки потребує раціонального використання енергоресурсів. У контексті переходу на «зелену економіку» промисловість країни вимагає глибокої технологічної модернізації, які дозволять очистити виробництво та ефективно використовувати обмежені ресурси. До того ж «озеленення» економіки передбачає активізацію галузі з переробки відходів, оскільки відходи, з одного боку, несуть небачені загрози для навколишнього середовища, а з іншого – можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності виробництва, за рахунок скорочення витрат на сировину та їх повторного використання.

Третинний сектор має охоплювати проведення комплексних науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, створення бізнес-планів і програм, розробку енергоефективних технологій, які здатні забезпечити якісні зрушення у напрямку озеленення первинного та вторинного секторів. Створення екоінновацій дозволить удосконалити виробничі процеси, ефективно організувати бізнес за рахунок економії ресурсів, а також удосконалити комерціалізацію та впровадження чистих технологій [3].

Аналіз шляхів переходу на «зелені» засади економіки трьох основних секторів підтверджує необхідність розробки комплексної державної стратегії та ефективного впровадження та розширення сфери зеленого підприємництва, що буде спрямована на інноваційний розвиток конкурентоспроможної економіки, достатній рівень мотивації екологізації інноваційної діяльності підприємств різних галузей економіки і суспільства в цілому.

Багато вчених досліджують цю тему, розробляють нові концепції. Саме «зелена економіка» може стати джерелом розвитку України. Отже, перспективи створення зеленої економіки в Україні стають необхідними і цілком досяжними.

Література:

1. Купалова Г.І. Екологічне підприємництво як невід'ємна складова сталого розвитку України / Г.І. Купалова // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2011. – № 26. – С. 36–39.
2. Портнов А.В. Экологическое предпринимательство как важнейшее направление инновационного развития региона / А.В. Портнов // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3, Экономика. Экология. – 2012. – №1(20). – С. 125–130.
3. Прушківська Е.В. Розвиток «зеленої економіки»: національний аспект БІЗНЕСІНФОРМ [Електронний ресурс] / Е.В. Прушківська, Ю.О. Шевченко. – 2013. – № 3. – Режим доступу : http://business-inform.net/pdf/2013/3_0/186_191.pdf
4. Квач Я.П., Фірсова К.В. Зелена економіка: можливості для України. -Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 6. 2015. -с.52-56

студент 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач А.В. Чмут

ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Міжнародна торгівля - форма найдавніших міжнародних економічних відносин, яка існувала задовго до формування світового господарства і була його безпосередньою попередницею. Розвиток міжнародної торгівлі створює економічні умови для розвитку економіки країни [1]. В умовах посиленої глобалізації, розвиток міжнародної торгівлі є вагомим фактором розвитку ринкової економіки. На сьогоднішній день стан зовнішньої торгівлі в Україні та вибір напрямів її реалізації залежить від соціально-економічного стану національної економіки в цілому та від зовнішньоекономічної політики, яка проводиться урядом країни.

За офіційною інформацією Державної служби статистики України, упродовж 2014-2016 років спостерігалось зниження рівня експорту та імпорту товарів (табл. 1). Цей процес супроводжувався знеціненням національної валюти, зменшенням платоспроможності громадян країни, а відтак, замороженням надходження іноземних інвестицій та масовим витоком кваліфікованих працівників, що призвело до зниження соціально-економічного рівня населення. У 2017-2018 роках показники значно покращились. Станом на 2017 рік показники імпорту становили 49607,2 млн дол. США, показники експорту – 43266,7 млн дол. США, що більше, ніж у 2016 році на 19% і 26,4% відповідно [2]. Це свідчить про позитивні тенденції зміни зовнішньоторговельної діяльності України. Але негативною тенденцією у 2017 р. є негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу, яке склало понад 6 млрд дол. США. При чому попереднього 2016 року величина імпорту перевищувала експорт на 2888 млн дол. США. У 2018 році показники імпорту становили 57187,6 млн дол. США, показники експорту – 47334,9 млн дол. США., що свідчить про подальший позитивний розвиток зовнішньої торгівлі. Проте сальдо зовнішньоторговельного балансу продовжує бути негативним.

Таблиця 1

Динаміка зміни експорту та імпорту товарів

Рік	Імпорт (млн дол. США)	Експорт (млн дол. США)	Сальдо (млн дол. США)
2014	54428,7	53901,7	-527
2015	37516,4	38127,1	610,7
2016	39249,8	36361,7	-2888,1
2017	49607,2	43264,7	-6342,5
2018	57187,6	47334,9	-9852,7

Головні проблеми, що пов'язані з формуванням експортно-орієнтованої структури економіки, полягають насамперед у тому, щоб визначити пріоритетні галузі чи види виробництва, в яких потрібно розвивати експортну орієнтацію, а також те, за рахунок яких механізмів цей розвиток має забезпечуватися [3]. Звичайно, науковою основою цього повинна стати комплексна програма розвитку зовнішньоторговельного потенціалу України. Така програма має бути зорієнтована на нарощування експорту продукції переробних галузей та на розширення різноманітних послуг зарубіжним споживачам.

Література:

1. Алимova О. Зовнішньоторговельна політика України: сучасний стан та перспективи розвитку / О. Алимova // Ун-кі наукові записки. – 2013. – № 1. – С. 404-410.
2. Державна служба статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Кубів озвучив економічні показники України у 2018 [Електронний ресурс] / Економічна правда. – Новини від 27.12.2018. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/12/27/643919/>.

к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту
інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний університет»

ЗНАЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИНАХ

Сучасний етап розвитку національної економіки характеризується актуалізацією процесів підвищення ефективності виробничої структури, розвитку внутрішнього ринку та експортоорієнтованої діяльності, протікання яких має відбуватися з огляду на стратегію інформаційно-інноваційної конкурентоспроможності і переходу країни до шостого технологічного укладу. Вищесказане обумовлює зростання наукового та практичного інтересу до проблем інноваційної діяльності. Але проблеми, які існують на сучасному етапі розвитку України вимагають не тільки систематизації, але й розробку рекомендацій щодо розвитку інноваційного потенціалу у міжнародних економічних відносинах.

За даними Євростату та Національного наукового фонду США, у 2018 році частка високо та середньовисокотехнологічного секторів у виробництві промислової продукції складала у Швейцарії відповідно 14,6% та 21,3%, Ізраїлі – 38% та 12,6%, Південній Кореї – 21% та 33,4%, Німеччині 3,7% та 28%, Чехії – 4,2% та 42%, Україні – 2,9% та 10,9%. При цьому у 2016 році ВВП на душу населення у цінах 2010 року в цих країнах становив: у Швейцарії 76 667,4 доларів США, Ізраїлі – 34 134,8, Південній Кореї – 26 152, Німеччині 46 747,2, Чехії – 22 779,3, що від семи до двадцяти п'яти разів більше, ніж в Україні – 2 991,6 доларів США.

За даними Всесвітнього економічного форуму – «Звіту про глобальну конкурентоспроможність 2017-2018 рр.», Україна посіла 81 місце серед 137 досліджуваних країн, піднявшись на чотири позиції. За компонентами підіндексу, який характеризує ефективність ринків – ключового фактору на стадії інвестиційного зростання (індустріалізації) – Україна посідає 101 місце за ефективністю товарних ринків серед 137 країн, 120 – за ефективністю фінансових і 86 – за ефективністю ринку праці. Готовність до адаптації технологій та інновацій оцінена на рівні 81 місця. При цьому за показником «Ринкові інституції» наша країна посідає 118 місце, а за розвиненістю бізнесу – 90. Серед факторів, важливих для розвитку промисловості, сприятливими є хіба що розмір доступного ринку (за ємністю ринку Україна посідає 47 місце) та освіта (наша країна посідає 35 місце) [1].

Проведений аналіз свідчить, що Україна має значні нереалізовані можливості в інноваційному розвитку, особливо щодо комерціалізації нововведень і у сфері захисту прав на інтелектуальну власність. Головними перевагами України є вигідне географічне положення, ємний ринок, наявність поглибленої та всебічної зони вільної торгівлі між Україною та ЄС та відносно високий рівень розвитку людського потенціалу.

Додатковими чинниками неефективності функціонування НІС України виступають:

- відсутність зв'язку між наукою та практикою господарювання, формальність наукових досліджень в більшості ВНЗ;
- відсутність механізмів ефективної реалізації та оцінки ефективності національних науково-технічних програм (фінансування не конкретних бізнес-планів інновацій, а бюджетів дослідницьких організацій, недосконалість законодавчої бази стимулювання інноваційного розвитку, некомерціалізованість результатів дослідницької діяльності через нерозвиненість інфраструктури і т. ін.).

Вихід з кризової ситуації в інноваційні сфери української економіки повинен забезпечуватися через вирішення наступних завдань:

- створення передумов для розвитку інформаційних технологій з метою розробки та впровадження інновацій;
- збереження і розвиток стратегічного науково-технічного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку;
- створення необхідних умов для збереження кадрового потенціалу науково-інноваційної сфери, недопущення еміграції висококваліфікованих наукових кадрів;
- забезпечення достатнього державного фінансування інновацій;

- стимулювання розвитку нових форм організації інноваційної діяльності з метою створення конкурентоспроможної продукції та виходу на міжнародні ринки;
- створення сприятливого для інноваційної діяльності інституційно-правового середовища;
- визначення і реалізація раціональних форм інтеграції науки та освіти, підготовки наукових кадрів і компетентних менеджерів для інноваційної діяльності;
- розробка програм та стратегій інноваційного розвитку держави з метою використання інноваційного потенціалу у процесах глобалізації;
- стимулювання розвитку інноваційного підприємництва;
- створення мотиваційного механізму інноваційної діяльності;
- забезпечення модернізації на основі технологічних інновацій;
- організація, мотивація управління та контроль за розвитком інноваційного потенціалу з боку держави.

Література:

1. О приоритетных направлениях развития науки и техники: Закон Украины от 11.07.2001 № 2623-III редакция действует с 26.11.2015. URL: [http:// search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T012623.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T012623.html) (доступ 21.08.2019)

ОЛЕЙНИЧЕНКО К.О.,

студентка 3 курсу обліково-фінансового факультету
Миколаївського національного аграрного університету

Науковий керівник: асистент К. А. Мікуляк

НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА РИНОК БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Глобалізація є важливою характеристикою й основною тенденцією сучасної світової системи, однією з визначальних рис у розвитку всього світу. Термін «глобалізація» був запропонований Т. Левітом в 1983 році. На думку Левіта, глобалізація – це злиття ринків окремих товарів, які виробляються транснаціональними корпораціями [4].

На думку І. Бочана [2] та І. Михасюка [2], «глобалізація – це і стан, і процес, і перспектива розвитку людського суспільства, з'єднання людськості у цілісному світі». Дослідники розкривають зміст глобалізації наступним чином: глобалізація – тенденція до відходу від окремих національних економічних одиниць у напрямі створення єдиного великого глобального ринку; історичний соціальний процес, змістом якого є зростаючий взаємозв'язок і взаємозалежність національних економік, політичних та соціально-культурних систем, а також взаємодія суб'єктів світосистемних відносин різних рівнів щодо регулювання їх діяльності в різних сферах на єдиному світовому просторі.

Дослідники П. Єщенко [4] та Ю. Палкін [4] визначають глобалізацію як «...складний багатогранний процес, який поширюється на всі сфери суспільного життя: економічну, соціальну, політичну, духовну і налічує три етапи, останній з яких розпочався у 70-х рр. ХХ ст. на основі революційних змін у науково-технологічній, транспортно-комунікаційній та інформаційній сферах.

Глобалізація є незворотнім процесом, протистояти якому не спроможна жодна з держав. Тому світові економічні процеси не оминають ні Україну загалом, ні її фінансову систему. З огляду на формування єдиного глобального ринку особливої актуальності набуває дослідження функціонування ринку банківських послуг як однієї з вагомих складових глобальної фінансової системи та головного фінансового посередника, що забезпечує потреби реального сектору економіки й населення у фінансових ресурсах.

Глобалізація банківської діяльності – розширення діяльності комерційного банку за межі країни, в якій він заснований, поширення його операцій на закордонних клієнтів. На сьогоднішній день процеси глобалізації в банківському секторі проявляються через проникнення іноземного капіталу в нашу державу. Законодавчо забезпечення функціонування банківської системи України було здійснене з прийняттям в 1991 році Закону України «Про банки і банківську діяльність» [3].

Позитивні наслідки впливу процесів глобалізації на банківську систему України: розвиток фінансових інновацій, що підвищить якість обслуговування клієнтів; зниження вартості стандартизованих банківських продуктів, що є результатом як підвищення продуктивності праці, так і

зростання конкуренції; зменшення рівня витрат у банківській системі завдяки економії від масштабу; розвиток інфраструктури фінансового ринку (підвищення прозорості, запровадження високих стандартів діяльності, вільний обмін управлінською інформацією); розширення кооперації на фінансовому ринку; прямого використання сучасних банківських технологій та досвіду банківського менеджменту, імпорт високих стандартів менеджменту, продуктивності та контролю за ризиками; поліпшення інвестиційного клімату та зростання інвестицій у нефінансовий сектор [1].

Негативні наслідки: українські банківські установи можуть не витримати конкуренції, оскільки прихід великих іноземних банківських установ на ринки, що розвиваються, як правило, призводять до зниження прибутковості банківської діяльності, тому вітчизняні комерційні банки можуть залишити ринок унаслідок поглинання або банкрутства; підвищення частки проблемних кредитів у портфелях тих вітчизняних банківських установ, які не в змозі конкурувати з іноземними банківськими установами, для того, щоб зберегти частку ринку, вони приділятимуть менше уваги ризикованості позичальника; встановлення контролю іноземними банківськими установами над деякими секторами економіки [1].

Таким чином, основні тенденції функціонування ринку банківських послуг, як у світі, так і в Україні, формуються під впливом глобалізації, яка має позитивні та негативні наслідки. Фінансова глобалізація і створення інтеграційних об'єднань дедалі більше зменшують кордони між національними та міжнародними ринками банківських послуг і формують глобальний ринок банківських послуг з притаманними йому рисами, а саме: універсалізація банківської діяльності; глобалізація та інтернаціоналізація банківського капіталу; активізація процесів злиття та поглинання. На сьогодні в умовах загострення глобальної конкуренції важливим і необхідним є вирішення проблеми підвищення ефективності банківських послуг. Першочерговими напрямками в розвитку банківської системи країни повинно стати використання новітніх способів управління в банківських установах, поліпшення якості банківського обслуговування клієнтів, розширення асортименту надання банківських послуг і використання сучасних банківських технологій, що значною мірою залежатиме від вдосконалення регуляторної політики та нагляду в банківській сфері.

Література:

1. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток банківської системи України. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://dspace.tneu.edu.ua>
2. Бочан І. О. Глобальна економіка / І. О. Бочан, І. Р. Михасюк. – К. : Знання, 2007. – 403 с.
3. Про банки і банківську діяльність. Законодавство України. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2121-14#n3>.
4. Єщенко П. С. Сучасна економіка: [навч. посіб.] / П. С. Єщенко, Ю. І. Палкін. – К. : Вища шк., 2005. – 325 с.
5. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка».

Осадчий О.Д.,

к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин,
Херсонського державного університету

ІНДИКАТОРИ ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ

Рівень життя населення – одна із найскладніших соціально-економічних категорій, що пояснює існування різних її тлумачень: від філософсько-світоглядних до формально-статистичних [1, 2]. Основними характеристиками, які впливають на дослідження рівня життя населення, є: 1) динамічність категорії; 2) широке та вузьке тлумачення; 3) виділення мікро- та макрорівня досліджень; 4) індивідуальне та суспільне навантаження категорії; 5) задоволення певного виду потреб населення; 6) врахування об'єктивних відмінностей у рівні життя населення внаслідок докладання праці у різних видах економічної діяльності та регіональних відмінностей розвитку. В різних країнах у разі зміни суспільного устрою відбувається різке падіння рівня життя значної частини населення, особливо у випадках, коли цей процес супроводжується глибокою економічною кризою, і матеріальна складова добробуту виходить на перший план. Відбувається ідеалізація найбільш дефіцитного ресурсу, яким у період кризи виступають гроші.

За визначенням ООН, рівень життя – це сукупність таких показників: здоров'я, в тому числі демографічні умови, їжа, одяг, фонди споживання і нагромадження, умови праці, освіта, в т. ч. письменність, житло, включаючи його благоустрій, соціальне забезпечення, тощо. Для характеристики рівня життя ООН використовує такий показник як “індекс розвитку людського потенціалу” (ІРЛП). Він включає в себе: тривалість життя населення – 25-85 років; рівень освіти – 0-100% (кількість років, які провів в режимі навчання після 15 років середній громадянин); обсяг ВВП на душу населення від; ступінь задоволення матеріальних, духовних та соціальних потреб людини [1].

Більшість дослідників вважає, що концепція дослідження рівня життя населення України в сучасних умовах може бути сформульована як комплексне вивчення категорії за трьома основними складовими: становищем; умовами проживання; станом соціального середовища. Відповідно до цього може бути застосована система визначення рівня життя у вузькому та широкому розумінні. Якщо розглядати рівень життя як складову людського розвитку, то немає сенсу розширювати вивчення до рамок якості життя, тобто включати в дослідження проблеми освіти, здоров'я, екології тощо. По-перше, результати розвитку цих сфер не можна інтерпретувати однозначно з погляду їх впливу на життєвий рівень населення. Так, в освіті та охороні здоров'я традиційно існують високі кількісні параметричні характеристики, які склались ще за радянських часів та повільно змінюються у часі. Якщо їх враховувати навіть за умови надання невисокої ваги, то будуть нівелюватися зміни, які відбуваються в інших, більш мінливих, сферах життєдіяльності.

По-друге, збільшення державного фінансування системи охорони здоров'я та освіти може дати незначний позитивний результат, до того ж, не миттєвий, а зі значним часовим лагом. Крім того, в разі дослідження таких сфер традиційно використовуються кількісні ознаки, водночас поза увагою залишаються якісні характеристики, що справляють суттєвий вплив на рівень життя населення.

Наступну групу соціальних індикаторів формують показники добробуту населення, що передбачають визначення рівня його доходів і витрат, урахування їх структури, показники наявності різних соціальних верст населення. Третя група індикаторів складається з визначення соціально-демографічних показників населення країни. Значення цих показників обумовлено їх важливістю для визначення загальної демографічної ситуації в країні, оцінці багатьох соціальних процесів, робочої сили, людського потенціалу. Вони є основою прогнозування у сфері розвитку освіти, охорони здоров'я, ринку праці, визначення напрямів стратегії економічного розвитку та соціальної політики. Четверта група індикаторів складається з показників розвитку соціальної сфери, до яких відносять забезпеченість населення закладами освіти, охорони здоров'я, культури і відпочинку.

До п'ятої групи соціальних індикаторів відносять показники, що характеризують умови проживання населення, до яких відносять забезпеченість житловою площею на кожного мешканця і наявність зручностей у житлових приміщеннях. Шоста група індикаторів віддзеркалює основні джерела соціальної напруги і безпеки, що мають місце в суспільстві на конкретний момент часу. Таким чином, концепція дослідження якості життя населення України в сучасних умовах полягає в насамперед у дослідженні рівня життя населення за шістьма основними складовими: добробут, освіта; охорона здоров'я; житлові умови; соціальний захист і пенсійне забезпечення.

Враховуючи те, що якість життя є основою для розвитку людського капіталу та конкурентоспроможності країни, яка впливає на соціально-економічні, демографічні та міграційні процеси, можна стверджувати, що якість життя суттєво впливає на процес відтворення населення.

Література:

1. Нижник В.М. Механізм підвищення конкурентного потенціалу промислових підприємств за умови поглиблення міжнародної конкуренції / В.М. Нижник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2017. – № 3. – Т. 3. – С. 7-11.

2. Якобінчук В. Політика зайнятості та її вплив на зменшення рівня бідності в Україні з огляду на досвід США та країн ЄС / В. Якобінчук // Україна: аспекти праці. – 2015. – № 3. – С. 13-17.

ПРОБЛЕМИ МІГРАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Міграція – є унікальною особливістю нашого часу, яка має як позитивний так і негативний вплив на економічну та соціальну сторону життя. Ефективне регулювання міграційних процесів на сьогодні є чи не найважливішим завданням для державної політики багатьох європейських країн. Саме тому процес формування та модернізації міграційної політики для України є актуальним.

Головні принципи державної політики України з питань міграції були сформовані протягом першої половини 1990-х років. Зокрема в Указі Президента України від 18.10.1997р. №1166/97 було визначено три основні аспекти міграційної політики: вільний виїзд та в'їзд українських громадян; забезпечення рівності іноземців та громадян України перед законом; диференційований підхід до різних категорій іммігрантів залежно від національних інтересів країни [1, с. 24].

Неодноразово впродовж першого періоду державотворення на розгляд Верховної Ради України виносилися різні варіанти законопроектів, якими робили спроби визначити основні засади міграційної політики. Однак жоден з них не був підтриманий, що означало, що ні влада, ні суспільство не сформували достатньо чітких завдань в сфері міграції, не досягли консенсусу в їх розумінні. За роки державної незалежності активізувалися загрози, пов'язані з деструктивними тенденціями інтелектуального розвитку України, внаслідок активізації міграційних потоків.

В сучасних умовах базис інтелектуальної безпеки держави слід розглядати ширше, ніж лише «науковий і освітній потенціал суспільства, господарюючого суб'єкта, індивідуума», оскільки треба відокремити вроджену і набуту компоненти інтелекту. В опублікованому в січні 2018 року рейтингу «Global Competitiveness Index 2017–2018 Rankings» Україна зайняла 81-е місце за Таджикистаном та Бразилією, перед Бутаном та Тринідадом і Тобаго [2]. Адже для талановитого працівника мотивацією еміграції є не лише вищий рівень зарплат та соціальних стандартів. Загалом, ця міграційна політика періоду становлення призвела до великих втрат людського капіталу та трудових ресурсів (рис. 1.).

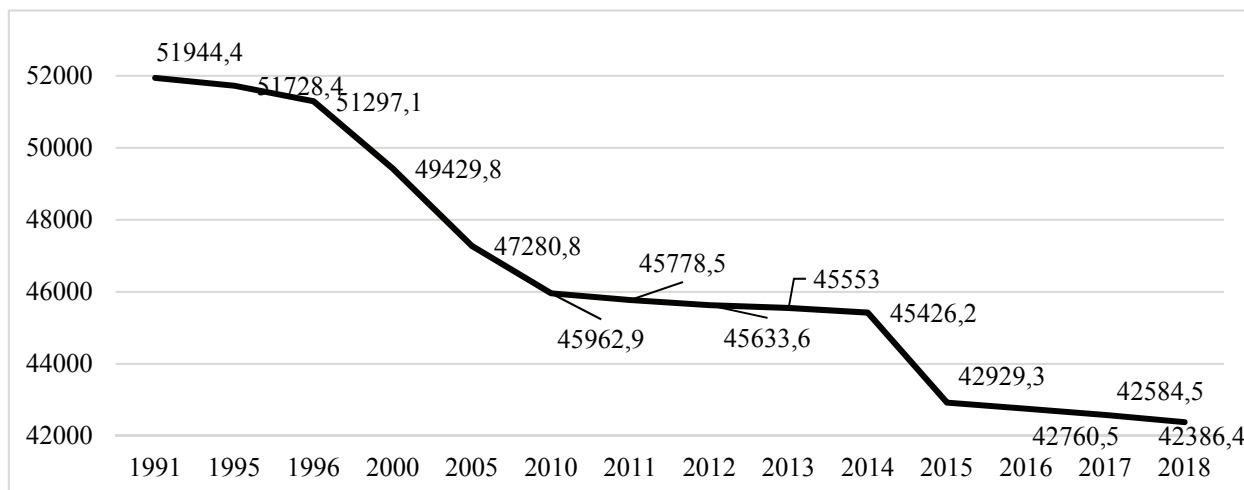


Рис. 1. Чисельність населення України з 1991 по 2018 роки [3]

Дані негативні тенденції також пов'язані з економічною та політичною ситуацією в країні, але більш цілеспрямована міграційна політика держави могла б призвести до менших демографічних втрат населення.

За основними напрямками міграційного руху населення українські громадяни виїжджають переважно до Російської Федерації (16,4%), США (7,1%), Німеччини (6,2%), Ізраїлю (5,8%), Польщі (3,0%) та ін. Лідером виїзду на роботу є Західна Україна: близько 40% із заробітчан приїхали із Львівщини, приблизно по 10% – із Тернопільської, Івано-Франківської, Чернівецької областей. За даними Міністерства соціальної політики України найбільше українців працює в Іспанії, Італії, Португалії, Польщі, Греції, Туреччині та США [1, с. 19]. Це говорить про те, що люди вимушені емігрувати через погану економічну ситуацію в Україні, це необхідно змінювати в першу чергу.

Враховуючи вищесказане, Україна, спираючись на досвід та практику високорозвинених країн щодо захисту національних інтересів, має також застосовувати різні види державно-адміністративного регулювання та контролю за зовнішніми міграційними переміщеннями трудових ресурсів, міграційною мобільністю населення та збереження власного людського капіталу. Регуляція міграційних процесів на макрорівні має стати вагомим складовою соціально-економічної політики держави.

Література:

1. *Міграційна політика України : стан і перспективи розвитку [Текст] : аналіт. доп. / ред. Малиновська О. А. – К. : НІСД, 2010. – 32 с.*
2. *Global Competitiveness Index 2017–2018 Rankings [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/04Backmatter/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018AppendixB.pdf>*
3. *Державна служба статистики [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukrstat.org/>*

ПРОХОДА О.І.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки та управління
Криворізького економічного інституту

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

Науковий керівник: к.е.н. Г. В. Пурій

ВИКЛИКИ СУЧАСНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ НА РИНКУ ПРАЦІ

Послання демографічних змін, старіння робочої сили в багатьох країнах і еволюції, локалізованих в одній країні мультинаціональних компаній в воістину глобальні організації створює фундаментальні зміни в тому, як і де ведеться бізнес сьогодні. Різке зростання міжнародної мобільності є явним наслідком цього - організації посилено працюють, щоб переконатися, що у них є люди ті, які їм потрібні і там, де вони потрібні. Ці демографічні зміни посилюються. Старіння робочої сили і майбутній вихід на пенсію покоління бекі-бумерів створить серйозні проблеми для найбільш розвинених країн і навіть для деяких ринків, що розвиваються.

Прогнози міграційних процесів припускають зростання рівня трудової мобільності в світі, що обумовлено демографічними процесами. Відділ народонаселення ООН прогнозує постійний рівень міграції до 2050 року [1]. За даними ООН, в країнах з високим рівнем доходу чиста міграція, в тому числі і трудова міграція, за прогнозами, забезпечить 82% приросту населення. Дослідники з Віденського інституту демографії прогнозують, що загальне число мігрантів в світі протягом наступних 50 років залишиться практично незмінним. Міграційні сценарії, розроблені Організацією економічного співробітництва та розвитку [2], серед іншого, передбачають, що глобальна міграція буде збільшуватися або, залишатися постійною через зростання населення в країнах з низьким рівнем доходу в поєднанні з нестачею ринку праці і старінням населення в країнах з високим рівнем доходу країни [3].

Мобільність розвивається в безлічі нових форм і проявів. Разом з тим значно збільшується складність управління глобальними програмами мобільності, які можуть включати різноманітний набір підходів в умовах, коли організації повинні швидко підібрати таланти, провести моніторинг ризиків, перевірити дотримання відповідності, проаналізувати витрати і окупність інвестицій.

Проведені дослідження свідчать, що трудова мобільність в умовах інтеграції економік стає вже не процесом міграції, а економічним явищем. Стрімке зростання нерегульованої трудової мобільності персоналу обумовлює виникнення дисбалансів на ринку робочої сили.

З одного боку, процеси, що відбуваються на національному ринку праці, мають багато переваг, які, як правило, пов'язані з новими креативними формами зайнятості, гнучким режимом роботи та мобільністю людських ресурсів. Також варто виділити і спрощення процесу найму, високу оплату праці, ефективну платіжну систему, підвищення кваліфікації спеціалістів, а також організаційні та управлінські інновації. А з іншого боку, віртуалізація, диджиталізація, гнучкість у роботі та управлінні людськими ресурсами супроводжуються різними викликами, ризиками та втратами. Найбільш помітними серед них є такі:

1. Часткові, тимчасові та інші гнучкі інструменти управління позбавляють працівників багатьох переваг, які вони отримують у випадку стабільної, довгострокової роботи. Це стосується соціальної допомоги та забезпечення, доплати за стаж, кар'єрне зростання та просування тощо.

2. Працівники компаній, зокрема фрілансери та незалежні підрядники), які працюють у шкідливих та небезпечних умовах, не мають права на грошову компенсацію, оскільки такі спеціалісти офіційно перебувають у штаті кадрового агентства, де не зазначається про небезпечне середовище праці.

3. Нестандартна робота та трудові відносини ведуть до ненадійного існування самого працівника, нестабільного способу життя та роботи без соціальних гарантій та надійних доходів. Цей тип працівників позбавлений можливостей колективного захисту своїх трудових прав.

4. Доступ до великого обсягу інформації, як невід'ємної частини сучасної трудової практики, викликає серйозні проблеми зі здоров'ям, які пов'язані з тривалим стресом та труднощами в організації та плануванні особистого життя.

5. Мобільність людських ресурсів сприяє формуванню «ненадійних працівників», а також часто є причиною поширення представників когорти «соціально виключених» чи «відчужених», дискримінації, зниження мотивації, лояльності та відданості працівників.

6. Збільшення частки неформальних трудових відносин провокує зростання «тіньової» економіки та дефіциту державного бюджету.

Беручи до уваги всі виклики та слабкі сторони сучасних трансформацій на ринку праці, слід зазначити, що існує потреба у проактивній, гнучкій та сек'юритизованій політиці зайнятості в Україні, яка розвивається шляхом соціальних та економічних реформ; потреба у пошуку ефективних методів регулювання ринку праці. Таким чином, в умовах розвитку інформаційного суспільства Україна повинна підтримувати впровадження ІКТ на ринку праці, просувати нові типи соціальних і трудових відносин, а також нові підходи до управління.

Література:

1. United Nations. Population Division. (2017). *World Population Prospects*. [Electronic resource]. Retrieved from 2017<https://population.un.org/wpp/Download/Standard/Migration/>.

2. Sander, N., Abel, Guy J., Riosmena, F. (2013). *The Future of International Migration: Developing Expert-Based Assumptions for Global Population Projections*. Vienna Institute of Demography Austrian Academy of Sciences.

3. OECD. (2018). *The Future of International Migration to OECD Countries to 2030*. [Electronic resource]. Retrieved from <http://www.oecd.org/futures/thefutureofinternationalmigrationtooeecdcountries2030.htm>.

РУДЕНКО О.М.,

студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор Ю.В. Ушкаренко

РОЛЬ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Сучасний етап розвитку економіки України в системі світогосподарських зв'язків відбувається за надзвичайно складних умов як внутрішнього, так і зовнішнього характеру. Розвиток економіки України як складової світової економіки передбачає насамперед участь у міжнародних економічних відносинах на світовому ринку товарів і послуг, у міжнародній міграції капіталу, технологій та інновацій, робочої сили, а також співпрацю з міждержавними регіональними економічними об'єднаннями та міжнародними економічними організаціями з конкретних питань функціонування світового господарства (СОТ, МВФ, Світовим банком, СБРР тощо) [1].

Розгляд проблеми розвитку України у системі світового господарства свідчить, що її економіка має значний інтеграційний потенціал, усі підстави і значні можливості для поступового входження у світову економіку. Україна традиційно займає одне з провідних місць серед держав СНД щодо розвитку зовнішньоекономічних зв'язків. Це зумовлено тим, що в нашій країні існують вагомі об'єктивні матеріальні передумови, які, виступаючи як інтеграційний потенціал, сприяють розвиткові зовнішньоекономічних зв'язків: природні й трудові ресурси, виробничі потужності, науково-технічний потенціал, географічне розташування, транспортне забезпечення, геополітичне становище [3].

Основними причинами небажання експортувати товари залишаються несприятлива економічна ситуація в Україні, відсутність партнерів за кордоном, обтяжливість внутрішніх експортних процедур і відсутність фінансування. У той же час названі проблеми по-різному сприймаються підприємствами в залежності від їх розміру. Так, відсутність партнерів за кордоном є найбільшою проблемою для малих і середніх компаній. При цьому малі підприємства витрачають вдвічі більше часу на оформлення товару, а вартість оформлення зовнішньоторговельних операцій у них вище через невеликих розмірів партій. І якщо уряд всерйоз націлене на “експортний прорив”, то зосередитися потрібно саме на усуненні бар’єрів для середніх і невеликих компаній [3].

Фундаментальні причини виникнення проблем експорту полягають у наступному: по-перше, це політичне минуле країни. Україна, як і інші пострадянські держави, успадкувала принципи і підходи замкнутої системи, залишившись незалученою у міжнародну кооперацію.

Однак основним каталізатором проблем експорту є неправильна побудова роботи на системному рівні. Україна володіє багатьма перевагами торгівлі в зарубіжних країнах: зона вільної торгівлі, режим генеральних переваг, режим максимального сприяння та ін. Проте, система правильної організації постачання товару на експорт як і раніше відсутня. Наприклад, абсолютно незрозумілим видається слабкий експорт в США, де Україні надано режим генеральних переваг, який, проте, використовується всього на 28%. Тому, починати вирішення питань в експортній політиці країни, потрібно з системних питань, а саме, – правильної організації діяльності. Звичайно ж іноземний досвід не можна сліпо наслідувати, в кожній країні ситуація унікальна.

Література:

1. Далик В.П. *Зовнішня торгівля України: реалії та перспективи розвитку* / В.П. Далик // *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. – 2016. – Вип. 7. – Ч. 1. – С. 110-113.
2. Мельник Т.М. *Сучасні тенденції та чинники розвитку зовнішньої торгівлі України [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: http://zbirnik.bukuniver.edu.ua/issue_articles/2_2.pdf
3. Одягайло Б.М. *Міжнародна економіка: навч. посіб.* / Б.М. Одягайло – К.: Знання, 2006. – 342 с.

Рудий В.С.,

курсант 2 курсу факультету фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.В. Соломіна

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ: ОЦІНКА ПОТОЧНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОКРАЩЕННЯ

Залучення іноземних інвестицій було визначено і декларувалося одним з основних пріоритетів економічної політики України з перших років її незалежності та розбудови відкритої ринкової економіки. Сучасний інвестиційний клімат України оцінюється аналітиками та інвесторами як недостатньо сприятливий, зокрема порівняно з іншими країнами Європи, для його поліпшення Україна має не тільки запозичувати досвід інших країн, а й запропонувати інвесторам безпрецедентні інструменти стимулювання інвестицій, розроблені з урахуванням національних особливостей, новітніх підходів до забезпечення інвестиційної та економічної безпеки держави.

Для оцінки інвестиційного клімату країни використовують різні окремі індикатори, головним чином, із системи інвестиційної та економічної безпеки, зокрема обсяг залучених інвестицій (його відношення до чисельності населення, ВВП, території країни) та міжнародні індекси (індекс глобальної конкурентоспроможності, індекс інвестиційної привабливості, індекс легкості ведення бізнесу та ін.). За даними UNCTAD [1], річні обсяги прямих іноземних інвестицій (ПІІ), залучених в економіку України в період із 1992 по 2017 р., коливаються в діапазоні від 159 млн до майже 11 млрд дол. США. Їхній загальний обсяг становить 82,9 млрд дол. США, а частка України у загальному обсязі ПІІ, залучених країнами Європи, становить лише 0,8%. При цьому за відповідним показником Україна випереджає Словаччину, Білорусь та Молдову, однак поступається Угорщині, Румунії, Польщі та Росії. Крім того, порівняння співвідношення обсягів залучених інвестицій з територією країни, то Словаччина, Угорщина, Румунія, що є меншими за обсягами, спрацювали значно краще: у 2017 р. вони залучили 46 430 дол. США, 26 783 дол. США, 21 644 дол. США відповідно, а Україна – лише 3 647 дол. США.

Зазначимо, що, враховуючи територіальні розміри, саме результат Польщі часто порівнюють з вітчизняним для демонстрації успішності інвестиційної політики першої та недосконалості останньої. Необхідно зазначити, що важливу роль у забезпеченні інвестиційної привабливості Польщі відіграли спеціальні економічні зони (СЕЗ), за рахунок яких за період 1995–2018 р. було залучено загалом понад 31 млрд дол. США [2]. Зберегти таку інвестиційну привабливість та довіру інвесторів стало можливим завдяки виваженій відповідній політиці уряду Польщі, якому довелося адаптувати умови діяльності суб'єктів господарювання до стандартів ЄС. На відміну від України, Польща домоглася збереження на десять років усім суб'єктам СЕЗ (які розпочали свою діяльність до кінця 2000 р.) тих умов, на яких вони розпочали свою діяльність, і надалі продовжує застосовувати цей інструмент. Україна ж у 2005 р. ліквідувала фіскальні пільги для всіх суб'єктів СЕЗ та інших спеціальних режимів економічної діяльності (територій пріоритетного розвитку (ТПР), технологічних парків), чим значно погіршила свій інвестиційний клімат.

Дослідження походження залучених в Україну ПІІ показало, то серед основних країн-лідерів фігурують країни, які класифікуються як офшори, зокрема Кіпр та Нідерланди, та використовуються для «відмивання коштів» шляхом уникнення оподаткування. Так, за даними Державної служби статистики України (методика обліку ПІІ якої відрізняється від UNCTAD) [3], з 1995 - 2018 рр. в економіку України було залучено 32,3 млрд дол. США ПІІ (акціонерного капіталу), головним чином, із Кіпру – 8,9 млрд дол. США, Нідерландів – 7,1 млрд дол. США та Російської Федерації – 1 млрд дол. США, їх частка в загальному обсязі ПІІ в Україну становить 53%. Обсяг вихідних прямих інвестицій з України на період 1995-2018 становив 6,3 млрд дол. США, при цьому 94% із них було спрямовано на Кіпр.

Аналіз регіонального розподілу ПІІ, показав, що понад їх 90% з України до Кіпру надходило з Донецької області, переважна частина яких потім поверталися. Зазначене офшорне «відмивання» коштів негативно позначається на економічній безпеці країни. У загальному обсязі інвестицій, які надійшли з Кіпру до інших країн світу в 2017 р., на Україну припадає 37,9%, тоді як із Нідерландів та Росії – лише по 1%. Зазначимо, що основними видами економічної діяльності, в які надходять інвестиції, є фінансова та страхова діяльність. Частка інвестицій, яка спрямовується саме у цей сектор, із кожним роком зростає; від 62% у 2010 р. до майже 90% у 2016.

Інші статистичні а дослідження також показують, що інвестиційна активність в Україні є недостатньою та не відповідає потенціалу: аналіз глобальних індексів, зокрема щодо рівня інвестиційної привабливості, конкурентоспроможності, економічної свободи, показують, що Україна входить до ТОП 50 країн, за рештою індексів її позиції від 76-ї до 152-ї, що пов'язано із: відсутністю механізму захисту прав власності, корупцією, бюрократією, слабкістю судової системи, недосконалістю правового середовища.

Тільки системний підхід до вдосконалення інвестиційного клімату може забезпечити Україні входження до групи країн-лідерів. Продумана політика щодо формування збалансованої системи фіскальних стимулів для інвесторів у рамках різних інструментів з її прив'язкою до економічного розвитку регіонів їх розташування або галузей економіки може слугувати механізмом формування розгалуженої мережі центрів економічного росту в регіональному та галузевому розрізі для досягнення економічного ефекту.

Література:

1. *Foreign direct investment. UNCTAD. 2018. URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx>.*
2. *Державна служба статистики України. Статистичний бюлетень «Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України у 2017 році» URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.*
3. *Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності України у 2017 році. Державна служба статистики України. 2017. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.*

САВЧУК Д.О.,

студент 1 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент В.О. Гурова

РОЛЬ ДЕРЖАВИ У МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

За сучасних умов, національним інтересом України, є розвиток держави, яка здатна відігравати важливу роль у міжнародних відносинах. Міжнародні відносини – це система транскордонних

соціальних взаємодій, суб'єктами яких є держави. Найважливішими елементами цієї системи є міжнародне науково-технічне і виробниче співробітництво, вивіз капіталу і міжнародний кредит, світова торгівля, міграція робочої сили, міжнародні валютні відносини. В основі зовнішньої політики кожної держави лежать національні інтереси, які розуміються як головні потреби суспільства. Ці інтереси держава реалізує через зовнішньополітичні пріоритети.

Сьогодні економіка України перебуває у стані глибокої кризи. Для народного господарства нашої країни характерні такі негативні тенденції як спад виробництва, загальні неплатежі, зростання державного боргу та дефіциту державного бюджету, приховане безробіття, загострення соціальних суперечностей. Єдиний вихід з кризового становища, що склалося, є перехід до ринкового механізму господарювання та інтеграція економіки України у світогосподарську систему.

У суспільній свідомості вже склалося розуміння того, що недооцінка ролі світогосподарських стосунків у становленні економічного суверенітету держави може завдати великої шкоди. Але реальна взаємодія країни із зовнішнім світом в галузі економічного співробітництва поки що не набула потрібного динамізму. У ділових колах Україна однозначно сприймається як країна високого ступеню ризику стосовно налагодження економічної співпраці. Все це диктує необхідність невідкладного здійснення ґрунтовного теоретичного осмислення та пошуку практичних рішень і механізмів, які б дозволили країні подолати ситуацію, що склалася, прискорити всебічне і повноцінне її залучення до світового господарства.

Для України основними і важливими пріоритетами є:

- утвердження суверенної незалежної демократичної держави;
- забезпечення недоторканості кордонів;
- розвиток рівноправних та взаємовигідних стосунків;
- вхідження в авторитетні міжнародні об'єднання;
- визначення і забезпечення стратегічного партнерства зі світовими лідерами;
- захист прав Українських громадян за кордоном;

До факторів, які послабляють впливовість міжнародних відносин України можна віднести: відсутність необхідної кількості нафти, газу, бавовни та інших природних ресурсів; послаблення економіки країни конверсією виробництва, зміною структури його галузей та ринку збуту продукції, зростанням тіньового сектору, великим фінансовим боргом перед зарубіжними державами;

Проте, існують фактори впливу української держави на міжнародні справи:

- географічне положення України. Вона має внутрішньо об'єднану територію, вихід до моря, налагоджені канали зв'язків з багатьма країнами Європи та Азії;
- багатомільйонне населення ставить Україну в ряд великих держав світу;
- багаті залежи вугілля, залізної та марганцевої руди, плодоносні чорноземи, значні запаси прісної води, сприятливий для здоров'я клімат;
- розвинена енергетика, металургійна та машинобудівна галузі промисловості;
- поступовий розвиток демократичної політичної системи;

Таким чином, Україні потрібно більше розвивати свої міжнародні економічні відносини, тобто інтегруватися в світову господарську систему. Це може дати для нашої економіки наступне:

- співробітництво з національними господарствами різних країн;
- ліквідацію бар'єрів у торгівлі між країнами;
- зближення ринків;
- МЄВ повинні розвиватися за декількома принципами:
- поглиблення міжнародного поділу праці;
- розвиток продуктивних сил під впливом науково-технічного прогресу;
- розширення можливостей перевезень вантажів на далекі відстані;
- бурхливий розвиток комунікаційних можливостей;
- створення міжнародних організацій;
- спільне вирішення глобальних проблем існування людства.

Література:

1. *Международные валютно-кредитные и финансовые отношения: учебник / Под ред. Л. Н. Красавиной. – К.: Финанси і статистика, 2004. – 345 с.*
2. *Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини (система регулювання МЄВ)/А.С. Філіпенко. – К.: Либідь, 2014. – 278 с.*

СОКОЛЕНКО В.В.,

студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: асистент Т.І. Кримцева

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Конкуренція є основним інструментом регулювання ринкової економіки і важливою частиною ринкового середовища діяльності підприємства. На сучасному етапі політика України в сфері конкуренції передбачає здійснення комплексу заходів щодо формування ефективного конкурентного середовища, зменшення частки монопольного сектора, удосконалення правил конкуренції, упровадження сучасних методів державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій, зменшення частки монопольного сектора у внутрішньому валовому продукті, розвитку інституційного забезпечення конкурентної політики.

Для підвищення соціально-економічного розвитку України державне регулювання конкурентних відносин повинне здійснюватись у тісному взаємозв'язку трьох елементів [1]: формування нормативно-правової бази регулювання конкурентних відносин з метою уникнення їх монопольного становища; визначення органів державного регулювання конкурентних відносин регіонів держави, які формують та реалізують конкурентне законодавство; розробка засобів державного регулювання конкурентних відносин. Основною метою регулювання конкурентних відносин є формування та захист мотиваційних можливостей внутрішнього конкурентного середовища, спрямованого на найбільш повне задоволення потреб населення. При цьому завдання держави полягає не просто у створенні умов для розвитку добросовісної конкуренції, а у забезпеченні якості конкурентних відносин.

Активне запровадження державної політики у сфері конкуренції в Україні розпочалось з прийняттям Державної програми демонополізації економіки та розвитку конкуренції. Тому, державне регулювання конкурентних відносин передбачає:

- заборону або перешкоджання створенню нових підприємств, а також встановлення обмежень на здійснення окремих видів діяльності, на виробництво, придбання чи реалізацію певних видів товарів;

- протидії прямому або опосередкованому примушенню суб'єктів господарювання до вступу в асоціації, концерни, міжгалузеві, регіональні чи інші форми об'єднань або здійснення концентрації суб'єктів господарювання в інших формах;

- запобігання примушуванню суб'єктів господарювання до пріоритетного укладення договорів, першочергової поставки товарів певному колу споживачів чи першочергового їх придбання у певних продавців;

- недопущення створення несприятливих чи дискримінаційних умов діяльності для суб'єктів економічної діяльності порівняно з конкурентами;

- запобігання порушення передбачених законами України, заборон та обмежень самостійності підприємств, у тому числі щодо придбання чи реалізації товарів, ціноутворення, формування програм діяльності та розвитку, розпорядження прибутком [2].

Враховуючи вищесказане, можна стверджувати, що державне регулювання конкурентних відносин - це комплекс офіційно задекларованих пріоритетів держави, правових механізмів та набір адміністративних заходів, спрямованих на забезпечення стабільного функціонування та вільного розвитку ринкових сил в економіці. Державне регулювання конкурентних відносин в умовах глобалізації є центральним принципом організації всіх економічних відносин у суспільстві.

Література:

1. Костусев О.О. Конкуренсна політика в Україні [Монографія] / О.О.Костусев. – К. : КНЕУ, 2004. – 310 с.
2. Шульц С. Л. Особливості регулювання економічної конкуренції в Україні / С. Л. Шульц // Економіка і право. – 2008. – С. 80–3.

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач А.В. Чмут

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПОШТОВИХ ТА КУР'ЄРСЬКИХ ПОСЛУГ

Послуги поштового зв'язку та кур'єрської доставки займають важливе місце у функціонуванні національної економіки України.

Надання послуг поштового зв'язку в Україні організовано відповідно до національного законодавства, з урахуванням положень актів Всесвітнього поштового союзу.

Відносини у сфері надання послуг поштового зв'язку регулюються Законом України «Про поштовий зв'язок» та Правилами надання послуг поштового зв'язку, які затверджені постановою Кабінету Міністрів України.

Надання універсальних послуг поштового зв'язку забезпечує національний оператор, функції якого згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України покладено на Українське державне підприємство поштового зв'язку «Укрпошта».

Стратегічною метою формування державної політики розвитку поштового зв'язку України є утворення конкурентного середовища, впровадження механізмів його розвитку. Наявність на ринку конкурентних послуг декількох виробників створює для споживача можливість вибору одного з них для передачі свого повідомлення.

Окрім «Укрпошти» на сьогоднішній день в Україні активно розвиваються інші поштові оператори : ТОВ «Нова Пошта», «Міст Експрес», «ІнТайм», «Автолюкс», «Делівері», «Нічний експрес».

Одним із основних поштових операторів є компанія «Нова Пошта». Заснована в 2001 році, чий транспортний парк на початку складала два легковики, на сьогодні охоплює понад 62% населення та складається майже з 3 тис. відділень у всій країні. ТОВ "Нова пошта" є лідером на ринку експрес-доставки в Україні.

На розвиток ринку поштових та кур'єрських послуг діють ряд факторів (Табл.1).

Таблиця 1

Фактори впливу на ринок поштових та кур'єрських послуг

Зовнішні фактори	Внутрішні фактори
- потреби споживачів щодо поштових послуг; - кількість конкурентів на ринку; - якість послуг, що надають конкуренти; - поточні тарифи на послуги, що надають конкуренти, перевага для споживача високої якості послуги чи низької ціни; - сезонність купівельного попиту;	- собівартість продукції; - необхідність покриття довго-строчних капітальних вкладень; - якість матеріалів та продуктивність праці; - трудомісткість виробництва; - використання обмежених ресурсів; - вплив нормативних документів на формування тарифів

Отже, ринок доставки в Україні в останні роки переживає сплеск. З'явилося багато приватних поштово-логістичних операторів, що доставляють кореспонденцію протягом однієї - двох діб, таким чином збільшуючи конкуренцію на ринку поштових а кур'єрських послуг.

Література:

1. Закон України «Про поштовий зв'язок» [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>
2. Правила надання послуг поштового зв'язку, затверджені постановою Кабінету Міністрів України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270-2009-n>
3. Єдиний державний Реєстр операторів поштового зв'язку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://nkrzi.gov.ua/index>

ТРЕБУШНА А.С.,

Студентка 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.Д. Осадчий

ДИНАМІКА МІГРАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В КРАЇНИ ЄВРОПИ

Характерною ознакою сучасного світу та предметом міждисциплінарних досліджень є міграція. Глобалізація є особливістю розвитку міграційних процесів, яка має свої прояви у вигляді вільного переливання соціальних капіталів, трудових та матеріальних ресурсів. Ринок праці кожної з країн, рівень зайнятості, безробіття, розподіл доходів та розмір заробітної платні знаходиться під впливом перерозподілу робочої сили між країнами, що регламентується міграційними процесами. Динаміка міграції населення України в країни Європи представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Динаміка міграції населення України в країни Європи [1]

Показники	Роки							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість вибулих, усього, осіб, в т.ч.	14 677	14 588	14 517	22 187	21 599	21 409	6 465	20234
Країни Європи, осіб	11 314	10 173	9 766	10 594	9 411	8 874	3 027	6337
Структура, %	77,1	69,7	67,2	47,7	43,5	41,4	46,8	31,3
Темп росту міграції в країни Європи, %	-	89,9	95,9	108,4	88,8	94	34,1	209,3

Відповідно до представлених в таблиці даних за останні 3 роки відбулися наступні зміни. В 2014 році в порівнянні з 2013 роком темп росту міграції в країни Європи становить 88,8%, в 2015 році в порівнянні з 2014 роком – 94%, в 2016 в порівнянні з 2015 роком – 34,1 %, в 2017 році в порівнянні з 2016 роком – 209,3 %. Отже, до з 2014 по 2016 рік ми спостерігаємо від'ємний ріст міграції в країни Європи, а в 2017 році відбувається ріст більше ніж в 2 рази.

Аналіз структури показав, що з усієї кількості вибулих з України частка вибулих до країн Європи в 2014 році дорівнює 43,5 %, 2015 року – 41,4 %, 2016 року – 46,8 %, 2017 року – 31,3 %.

В результаті можна зробити висновок, що міграція в країни Європи в більшості випадків складає від 30 до 70%.

Література:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Джерело доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Чорна В. О., Динаміка міграційних процесів в Україні: соціологічний аналіз [Електронний ресурс]. – Джерело доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Npchdusoc_2015_25_8_246_29.pdf.

ТРУСКАВЕЦЬКИЙ Д.,

студент 3 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач А.В. Чмут

СТАН МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТОВАРАМИ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Впродовж кількох останніх десятиліть різними фахівцями у сфері економіки, культури, урбаністики та соціології досліджувалися різні теоретико-методологічні та практичні питання функціонування креативних індустрій, та креативної економіки загалом. Тим не менш, не зважаючи на актуальність даних питань достатньо дослідженими та опрацьованими їх на сьогоднішній день назвати не можна. Враховуючи це особливості розвитку креативних індустрій України особливо в умовах

зміцнення зовнішньоекономічних відносин на тлі переходу від індустріальної економіки до креативної сьогодні є актуальним.

Термін «креативна економіка» вперше був введений в оборот Дж. Хокінсом в 2000 р. Р. Флоріда та І. Тінаглі [1] визначають, що креативність стала рушійною силою економічного росту. Можливість конкурувати в умовах глобальної економіки виходить за межі торгівлі товарами і послугами, потоків капіталів та інвестицій.

Творча індустрія, як явище економічного розвитку в постіндустріальному світі, пропонує альтернативний тип економічного зростання, навіть в умовах економічної кризи, завдяки так званому «творчому класу». Спробу дослідження цього класу вперше було зроблено Р. Флоридою, який серед іншого, визначив однією з функцій «креативного класу» - економічну функцію (генерування нових ідей, створення технології та творчого контенту). Він стверджував, що творчість є «фундаментальним джерелом економічного зростання» та «вирішальним джерелом конкурентної переваги» [2].

Креативні індустрії – це перелік видів економічної діяльності, що мають потенціал до створення доданої вартості та робочих місць через культурне (мистецьке) та/або креативне вираження, а їх продукти та послуги є наслідком індивідуальної творчості, навичок і таланту. В Україні активно розвиваються такі сфери креативної економіки, як: аудіо-візуальна творчість (виробництво кіно- та відеопродукції, програмування, в том числі створення розважальних та інтерактивних програм і комп'ютерних іграшок, музика, теле-, радіо- та Інтернет- трансляції); туризм; спорт; книги, преса, видавнича справа; спадщина (музеї, бібліотеки, архіви та історичне середовище); перформативні мистецтва (театр, танок); візуальні мистецтва (галереї, архітектура, дизайн, мода, реклама, ремесла), художній та антикварний ринок [3].

Україна на сьогоднішній день є активним учасником міжнародної торгівлі креативними товарами (табл. 1).

Таблиця 1

**Показники зовнішньої торгівлі креативними товарами
України за регіонами, млн. дол. США. [4]**

Основні контрагенти	Експорт	Імпорт	Баланс
1. Росія	448,39	63,69	384,70
2. Казахстан	81,26	0,11	81,16
3. Білорусія	38,73	11,23	27,50
4. Данія	20,12	6,43	13,69
5. Азербайджан	20,05	0,03	20,02
6. Німеччина	18,80	42,30	-23,50
7. Молдова	17,16	1,75	15,41
8. Італія	17,16	42,53	-25,37
9. Узбекистан	13,12	0,05	13,07
10. Грузія	12,66	0,00	12,66

Основними ринками призначення для креативних товарів України були Європа (78%) та Азія (22%). Серед найбільших експортних партнерів для креативних товарів були Російська Федерація, Казахстан, Білорусь, Данія, Азербайджан, Німеччина, Республіка Молдова, Італія, Узбекистан і Грузія. Україна мала торговельний дефіцит з Італією та Німеччиною. Творчі послуги і експорт становили 2,069 млрд. дол. США.

Таким чином, в Україні є значний потенціал для розвитку креативних індустрій. Деякі експерти прогнозують, що інновації і креатив будуть мати темпи приросту, які перевищуватимуть темпи розвитку інших галузей економіки. Проте, частка креативного сектора в економіці ще досить низька, хоча і має тенденцію до щорічного зростання, в основному за рахунок ІТ галузей.

Література:

1. Florida R., Tinagli I. *Europe in the creative age / R. Florida, I. Tinagli. - Pittsburgh. : Carnegie Mellon Software industry center funding provided by the Alfred P. Sloan foundation, co-published in Europe with Demos, 2004. - 48 p.*
2. Florida, R. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life / R. Florida, - New York: Basic Books, 2002. - 150 p.*
3. Журавлев В.А. *Креативное общество, креативная экономика и инновации // Проблемы развития инновационно-креативной экономики. - 2010 - с. 11-15. - [Електроний ресурс]. - Режим доступу: <http://bgscience.ru/lib/10787>*
4. UNCTAD *Creative Economy Outlook / Country Profiles..// [Електроний ресурс].- Режим доступу: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf*

ЕКОНОМІКА ДАНИХ НА ПРИКЛАДІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО РИНКУ ДАНИХ

Система сучасних інформаційних телекомунікаційних технологій (ІКТ) формує обсяг даних, що збільшується з кожним роком. Вхідні дані збираються за допомогою пошукових систем, веб-сайтів, соціальних мереж, інтернет-продавців, платіжних систем, програмного забезпечення та інтернету речей.

З метою отримання цінності від накопиченої інформації почала існувати цифрова екосистема - економіка даних (Data economy), в якій дані накопичуються за певною тематикою та упорядковуються з метою сприяння обміну в мережі постачальників – фізичних осіб або компаній за певну плату.

Економіку даних як термін виділяє Європейська комісія в ініціативі «Єдиний цифровий ринок - 2020». Цей термін вимірює значення економіки даних ЄС, зазначених у табл. 1, на основі оцінки всіх економічних наслідків (прямих, опосередкованих, вторинних) після прийняття в ЄС інноваційних та інформаційних технологій.

За європейською методологією прямими вважаються наслідки, що створюються безпосередньо всіма підприємствами, що займаються виробництвом даних і є їх постачальниками та оцінюються як доходи від проданих продуктів та послуг. Опосередковані (непрямі) наслідки включають економічну діяльність, що породжується по ланцюгу поставок компанії постачальниками даних, а вторинні (індуковані) - економічну діяльність, що формується в цілій економіці, як вторинний ефект [1].

Таблиця 1

Значення загального впливу на економіку ЄС, у млрд. євро та % від ВВП

Країни	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Прогноз 2020	Темп зростання 2018/2017	Загальний вплив на ВВП
ЄС27	203 008	211 711	228 985	238 699	267 986	301 713	387 646	12,6%	2,4%
ЄС28	246 840	257 589	285 633	299 989	336 602	376 925	477 297	12,0%	2,6%

Джерело: The Data Monitoring Tool [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://datalandscape.eu/>

За табл.1, вартість економіки даних для ЄС-28 перевищила поріг у 300 млрд. євро в 2018 році, що загалом підтверджує приблизний приріст майже на 12%. Орієнтовна частка загального впливу на ВВП становила 2,4% у 2017 році та зросла до 2,6% у 2018 році.

Країнами ЄС, де значення економіки даних є високим, є Франція, Німеччина, Італія, Нідерланди, Іспанія, Велика Британія. Невизначеність Brexit відіграє важливу роль у впливі на результати для ЄС28, що демонструє нижчий приріст 2018 року. За оцінками Європейської комісії, економіка даних буде збільшуватися, впливаючи на загальний рівень зайнятості населення (3,2-3,4%).

Детальніше структуру економіки даних демонструє галузевий аналіз (табл.2).

За табл. 2, фінансові послуги, видобувна промисловість та професійні послуги продовжують представляти вертикальні ринки, на яких сильно відчувається вплив економіки даних.

Завдяки значному проникненню технологій, пов'язаних з даними, зазначені галузі мають високий рівень прямого і опосередкованого впливу та можуть передавати ефекти на вторинному рівні швидше та ефективніше, ніж інші галузі. Інтернет речей та використання хмарних обчислень, користування мобільними технологіями у поєднанні з процесом цифрової трансформації, а також нові технології, такі як штучний інтелект та додатки blockchain, роблять ці галузі особливо реагуючими на вторинні ефекти.

Економіка даних за секторами економіки ЄС28 у млрд. євро

Галузь	Загальний вплив 2017	Загальний вплив 2018	Загальний вплив 2020 (прогноз)	Середньорічний темп зростання (CAGR) 2020/ 2018
Фінансові послуги	67 728	76 352	95 506	11,80%
Будівництво	1 474	1 666	2 111	12,60%
Видобувна промисловість	68 996	76 020	97 262	13,10%
Освіта	8 381	9 459	11 940	12,40%
Охорона здоров'я	10 022	11 327	14 430	12,90%
Державне управління	17 831	20 187	25 906	13,30%
Інформаційні зв'язки	35 944	40 609	51 291	12,40%
Професійні послуги	51 465	58 077	72 783	11,90%
Роздрібна та оптова торгівля	34 657	39 079	48 953	11,90%
Транспортування і зберігання	15 212	16 671	21 608	13,80%
Комунальні послуги	14 023	15 494	20 126	14,00%
Послуги для дому	10 870	11 985	15 382	13,30%
ЄС28	336 602	376 925	477 297	12,50%

Джерело: *The Data Monitoring Tool [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <http://datalandscape.eu/>

Таким чином, необхідно відзначити, що стрімкий розвиток цифрових технологій і поява значних бізнес-моделей з обробки і обміну даними відкрив для ЄС широкі можливості для забезпечення якісного ривка в інноваційній трансформації практично всіх галузей економіки.

Література:

1. *European Data Market study reports - Second Report on Facts and Figures: Updating the European Data Market Monitoring Tool [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: http://datalandscape.eu/sites/default/files/report/EDM_D2.4_2ndReport-FactsFigures_26032019.pdf

ЧМУТ А.В.,
к.е.н., старший викладач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Херсонського державного університету

РОЗВИТОК КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ

Серед значної кількості теорій постіндустріального суспільства на сьогоднішній день концепція креативної економіки є однією з домінуючих. В умовах глобалізації креативність стала джерелом конкурентних переваг та рушійною силою прогресу. Креативна економіка базується на функціонуванні креативних індустрій. Поєднання понять «культура» і «індустрія» відбулося в той момент, коли з'явилися нові технічні засоби, що дозволяли тиражувати твори мистецтва, фотографії, репродукції, звукозаписи і т. д. З одного боку, індустрія робила твір доступним широкому колу людей, з іншого, звертала його в предмет масового споживання та комерційної експлуатації.

Одним із лідерів руху розвитку креативних економік в глобальному масштабі є Велика Британія, в якій ця галузь захоплює все нові ринкові ніші та сектори. Якщо у Великій Британії в 2011 році у креативній економіці було зайнято майже 1,56 млн осіб або 5,2% від загальної кількості зайнятих, то у 2018 році вона залучала безпосередньо в цій галузі близько 2 млн. осіб та 3,4 млн осіб в споріднених секторах на креативних посадах. Таким чином в сфері зайнятості креативні індустрії продемонстрували ріст 30,6%.

Динаміка зайнятості в креативних індустріях та деяких суміжних секторах Великої Британії представлена на рис 1.

Таким чином в сфері зайнятості креативні індустрії продемонстрували ріст 30,6%. В креативній галузі Великої Британії 33% працівників є самозайняті. Фрілансери складають значну частину само зайнятих працівників в творчих галузях.

Аналіз структури зайнятості за суб-секторами свідчить про те, що найбільше зайнятих в ІТ галузі (36%), зайняті в галузі музичного та візуального мистецтва складають 15%, в галузі кіно, відео, телебачення та фотографії – 12%, в галузі реклами і маркетинга, та видавництва – по 10%.

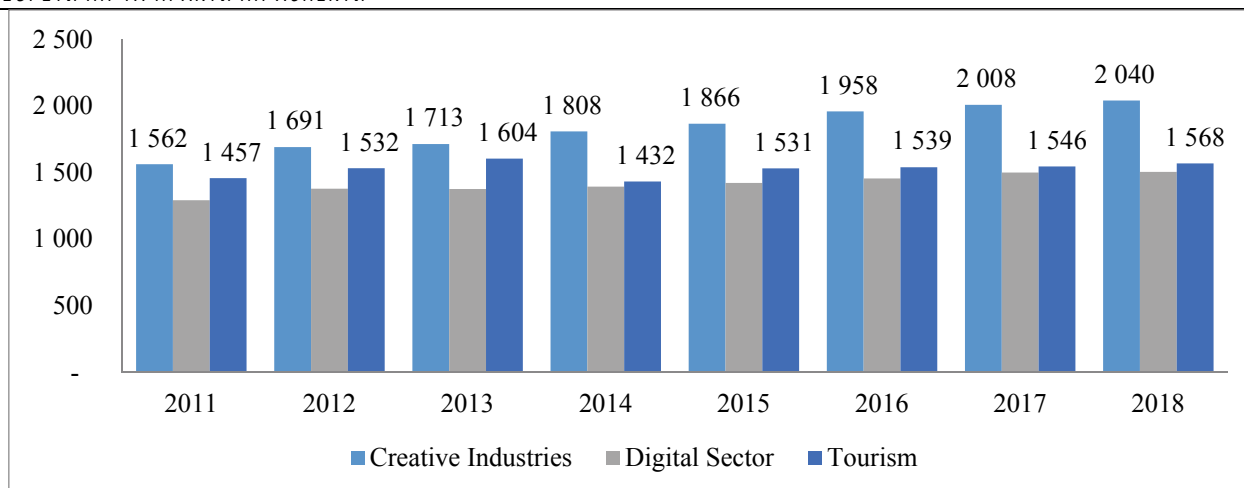


Рис. 1. Динаміка зайнятості в креативних індустріях та суміжних секторах Великої Британії, тис.осіб.

При аналізі кількості підприємств, що працюють в сфері креативних індустрій помітний їх стабільний ріст по роках. У 2017 році кількість підприємств в креативних індустріях Великої Британії становила 289,7 тис. По відношенню до попереднього року ріст склав майже 2%.

Креативні індустрії в ВВП країни приносять більше 101 млрд фунтів. За період з 2010 по 2017 роки вклад креативних галузей у ВВП країни зріс на 53%. В структурі ВВП, частка креативних індустрій становить 5,5%.

Таким чином, можна зробити висновок, що в Великобританії активно розвиваються та популяризуються галузі креативної економіки і тут формується велика частина робочих місць та забезпечується значно частина ВВП країни.

Література:

1. Чмут А.В. Креативна економіка: сутність поняття та значення для України в умовах європейської інтеграції [Електронний ресурс] /Ю.В.Ушкаренко, К.М. Синякова // Економіка та суспільство. – 2018. - №18. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/>
2. *K creative jobs and exports growth.* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thecreativeindustries.co.uk/uk-creative-overview/news-and-views/news-creative-industries-grow-jobsexports>.
3. *DCMS Sectors Economic Estimates 2018: Employment* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/811903/DCMS_Sectors_Economic_Estimates_2018_Employment_report.pdf

CHORNOMORD Y.,

Second year student

Faculty of international economic relations
Kharkiv National University of economics

Scientific director: S. K. Vasilik

COMPETITIVENESS OF UKRAINE IN WORLD RATINGS

There are few problems in economic science, which are so vital, acute and critical for the national economy as the problem of competitiveness.

The importance of competitiveness is determined, on the one hand, by the growing independence of the economy, especially capital markets, including foreign exchange, which makes the existence of a truly national policy of a single country more and more difficult. Almost all countries are forced to monitor how their cooperation and competition develops with other countries, while the pace of their social and political development is not always synchronized with economic changes. Thus, to compete means to strengthen one's position relative to other countries in order to gain more weight in the negotiation process, where all political forces combine their strategies into an interconnected single system. On the other hand, high technologies and new industries have become the main tool in global competition and the main indicator of competitiveness [1].

In economic practice, several approaches are used to assess the competitiveness of countries. The most common approach is based on the rating methodology compiled by experts from the World Economic Forum and the Institute for Management Development. The main means of a generalized assessment of the competitiveness of countries is the global competitiveness index. The World Economic Forum defines competitiveness as a set of institutions, policies and factors that determine a country's productivity level. The level of productivity, in turn, determines the steady level of wealth that the economy can achieve.

A comprehensive study of the World Economic Forum provides an opportunity for countries, in particular Ukraine, to identify the main directions of further development to increase competitiveness. A comprehensive assessment of the weak and strong aspects of economic development provides an important informational basis for discussion, and identifies priority reforms.

An interesting study is the dynamics of factors that impede business development in Ukraine. The report of the World Economic Forum reveals the biggest problems that business in Ukraine faces: instability of state policy, access to finance, corruption, tax policy and instability of government. It is characteristic that during the crisis, the list of the main problems faced by business did not undergo significant changes. That is, a low assessment of the effectiveness of state institutions is not solely the result of the impact of the global crisis, but reflects the fundamental systemic problems in the country [2].

The ongoing recovery of the global economy creates the prerequisites for Ukraine to overcome the crisis. However, this alone is not enough to increase the country's competitiveness. As the results of international ratings show, Ukraine first of all needs actions aimed at stabilizing public finances, improving the banking system, simplifying the regulatory system and stimulating competition. Without taking these measures, Ukraine will lose in the fierce competition to countries that will learn the necessary lessons from the crisis.

Ukraine has great unrealized potential: an educated and able-bodied population, a favorable geographical location, a huge domestic market, and sufficient natural resources. But, as many ratings note, a country should overcome a number of systemic shortcomings, among which the main ones are inefficient institutions, corruption, a weak financial market, and a low technological structure in industrial production [3].

Ukraine has a unique opportunity to use these reports to carry out structural reforms that can ensure a sustainable increase in the country's competitiveness in the long term. The only way to maintain a steady rate of economic growth in post-crisis conditions is to increase the competitiveness and modernization of the economy, as well as the gradual transition of the country to an innovative development path. Unlike many countries where there are either raw materials or human resources, Ukraine has both. Our country has still retained enormous economic potential, as many international analytical organizations have noted in their analytical reports, and there are no objective fundamental barriers to its development.

Literature:

1. B. E. Kvasnyuk. *Competitiveness of the national economy* / BE Kvasnyuk // 2005. - 582 p.
2. J. A. Zhalilo. *Competitiveness of Ukrainian economy in the conditions of globalization* / J. A. Zhalilo // 2005. – 388 p.
3. D. G. Lukyanenko, A. M. Poruchnyk. *Management of international competitiveness in the conditions of globalization of economic development: monographs* / D. G. Lukyanenko, A.M. Poruchnyk // 2006. - 816 p.

СЕКЦІЯ 12

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

ВОРОНЕЦЬ Д.О.,

здобувач ступеня PhD

ДВНЗ «Київський національний економічний університет
ім. Вадима Гетьмана»

Науковий керівник: д.е.н., професор О. І. Гарафонова

ТЕОРІЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ М. ПОРТЕРА ТА ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах глобалізації економіки та бізнесу зокрема, важливою передумовою розвитку окремих галузей є дослідження та порівняння досвіду розвинених національних конкурентоспроможних економік та їх галузей.

Галузь готельно-ресторанного бізнесу, або яку ще називають галузь з надання послуг тимчасового розміщення і харчування є достатньо перспективною та інвестиційно привабливою, проте її потенціал потребує реалізації. Яскравими зарубіжними представниками даної галузі є Сполучені Штати (світові мережі готелей, мережі фастфуду, кав'ярень), які мають розвинуту мережу як в межах країни, так і міжнародні представництва. Такі країни як Італія, Франція, Німеччина приваблюють туристів за рахунок національних традицій та національних кулінарних особливостей. Україна має великий потенціал, а саме власні багаті культурні та кулінарні традиції, культуру «смачно поїсти», відкритість щодо впровадження кулінарних традицій інших країн.

Для того щоб з'ясувати, чому країни досягають конкурентної переваги у тих чи інших галузях, а також зрозуміти вихідні положення політики фірм та національної економіки, професор Гарвардської школи бізнесу Майкл Портер (Michael E. Porter) наприкінці 80-х рр. здійснив чотирирічне дослідження десяти країн, які займають важливе місце у світовій торгівлі: Великобританії, Німеччини, Данії, Італії, Кореї, Сінгапуру, США, Швейцарії, Швеції та Японії.

Для дослідження, як видно із переліку, були відібрані країни, які відрізняються за економічним розвитком (ПРК та НІК), розміром, державною політикою щодо промисловості, за суспільною філософією, географічними умовами та розташуванням, але водночас їх об'єднує одна спільна риса — усі вони вже успішно конкурують у ряді проаналізованих галузей або показують себе усе здатнішими успішно конкурувати. [1]

На думку М. Портера, головними умовами конкурентоспроможності країни:

- Факторні умови – фізичні, людські, технологічні і фінансові ресурси та інфраструктура ринку.
- Умови попиту на внутрішньому ринку, а саме величина попиту всередині держави порівняно із іншими країнами та товарами- субститутами і вимогливість місцевих споживачів.
- Кластер підтримуючих галузей – наявність або відсутність допоміжних галузей, потрібних для закріплення конкурентних переваг країни на світовому ринку.
- Стратегія фірм та конкуренція в галузі – кількість компаній в галузі, інтенсивність конкуренції, державне та приватне володіння, досвід у розробці маркетингових стратегій. [2]

Цю теорію М. Портер розвинув та доповнив, назвавши оновлену версію концепцією національного ромбу. Концепція національного ромбу має метою оцінювання конкурентних переваг галузей, а також виявлення закономірностей їх виникнення, розвитку та занепаду [3].

Основна ідея концепції національного ромбу полягає в тому, що конкурентна перевага галузі в межах держави визначається детермінантами конкурентної переваги країни, які суттєво впливають один на одного. До даної моделі М. Портер запроваджує ще два чинника: випадкові події та дії уряду.

Під випадковими подіями розуміються: а) техногенні (винаходи; новітні технології); б) економічні (значні коливання цін на ресурси; різкі зміни на світових фінансових ринках або в курсах національних валют; коливання локального та міжнародного попиту); в) політичні (рішення

національних та закордонних урядів; війни); г) природно-кліматичні (тайфуни, цунамі, виверження вулканів, погодні аномалії); д) медичні (епідемії).

Під діями уряду (держави) розуміється вплив виконавчої влади на кредитно-грошову, податкову, митну політику в країні. Уряд також визначає норми, стандарти, що можуть впливати як на виробництво товарів та послуг, так і на їхніх споживачів. Крім того уряд є найбільшим замовником у економіці. Його вплив може бути як позитивним, так і негативним. [3]

Отже, доцільно використовувати концепцію М. Портера для аналізу галузі ресторанно-готельного бізнесу, оскільки вона дозволяє всебічно оцінити стан галузі на рівні галузі, національному рівні та, за наявності даних інших країн здійснити порівняння рівня розвитку галузі на глобальному рівні.

Література:

1. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини: Навч. посіб. / В.В. Козик, Л.А. Панкова, Н.Б. Даниленко. 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2002. – 406с.

2. Вишневська О.В., Співаковська Т.В. Аналіз міжнародної конкурентоспроможності української світлотехнічної галузі на прикладі проєкторів. Збірник наукових праць: Актуальні проблеми економіки та управління. - Випуск 6. - 2012 р. - Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2012-27.pdf>

3. Смирнов І. Г. Теорія конкурентних переваг М. Портера та її застосування у туризмі (на прикладі Італії) / І. Г. Смирнов // Географія та туризм. - 2011. - Вип. 16. - С. 29-39. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2011_16_7

ГРИЗОВСЬКА Л.О.,

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
адміністрування та готельно-ресторанної справи
Хмельницького національного університету

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

У сучасному готельному бізнесі жорстку конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі, котрі можуть запропонувати своїм клієнтам високоякісне обслуговування, а це неможливо без професійно підготовленого персоналу. Управління персоналом підприємств готельно-ресторанної сфери в умовах глобалізації характеризується підвищеними вимогами клієнтів, які пред'являються до готельних послуг у сучасних умовах. Персонал готельного підприємства є важливою складовою кінцевого продукту і, отже, якість обслуговування в організаціях готельного комплексу залежить від майстерності та свідомості працівників.

Для цього необхідно проводити правильний підбір працівників, що відповідають вимогам клієнтів. Багато співробітників у готельно-ресторанному бізнесі знаходяться в безпосередньому контакті з клієнтами й автоматично залучені в процес досягнення основних цілей організації, а якість обслуговування залежить не тільки від їх майстерності, а й від їх свідомості. Задоволення клієнтів у сфері обслуговування досягається також ввічливістю персоналу, його чуйністю. А ефективне управління людьми перетворюється на найважливішу функцію управління персоналом.

Сьогодні всі розуміють, що для того щоб розвиватись, одержувати прибуток і зберегти конкурентоспроможність організації, керівництво повинно оптимізувати віддачу від вкладень будь-яких ресурсів: матеріальних, фінансових і головне - людських. Коли організація дійсно турбується про людей, її загальна філософія, клімат і настрої обов'язково відбивається на результатах. Управління персоналом - це діяльність організації, спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення цілей, як організації, так і індивідуальностей (особистих) [1].

Поняття «управління персоналом» має два основних аспекти:

- функціональний;
- організаційний.

У функціональному відношенні під управлінням персоналом розуміється виконання найважливіших елементів:

- Визначення загальної стратегії;
- Планування потреби організації у персоналі з урахуванням діючого кадрового складу;
- Залучення, відбір та оцінка персоналу;
- Підвищення кваліфікації персоналу та його перепідготовка;

- Система просування по службі (управління кар'єрою);
- Звільнення персоналу;
- Побудова та організація робіт, у тому числі визначення робочих місць, функціональних і технологічних зв'язків між ними, змісту та послідовності виконання робіт, умов праці;
- Політика заробітної платні та соціальних послуг;
- Управління витратами на персонал.

В організаційному відношенні управління персоналом охоплює всіх працівників і всі структурні підрозділи і організації, які несуть відповідальність за роботу з персоналом.

У наданні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх головних цілей. Історія розвитку різних готельних корпорацій і ланцюгів, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом якості. Перед готелем стоїть завдання надання і підтримки якості обслуговування на належному рівні, своєчасного усунення недоліків у наданні послуг, розробки стратегії поліпшення обслуговування.

Перш за все, у зв'язку з тим, що значний темп змін на підприємствах, спричинений високою конкуренцією на готельному ринку, спонукає часті зміни у змістовності самої роботи, і тому потенціал працівника повинен бути вищим за теперішні вимоги до роботи. Тобто сучасні підприємства зацікавлені в тому, щоб вплив працівника на загальну діяльність не був обмежений лише функціональними обов'язками.

Другий підхід, який заснований на відповідності працівника організації, передбачає значний вплив на його поведінку та показники роботи внутрішнього оточення. Відомо, що успішне виконання роботи працівником в одній організації не обов'язково свідчить про здібність успішно виконувати ним аналогічну роботу в іншій.

Отже, у сучасних умовах важливим є врахування відповідності працівника таким характеристикам організації, як загальний стиль управління, підходи до ведення діяльності, темп змін, характер взаємозв'язків за посадою, неформальні аспекти роботи тощо

Готельний бізнес, будучи одним з видів економічної діяльності, прямо чи побічно створює робочі місця і є важливим засобом поповнення скарбниці іноземною валютою. У світі постійно відбувається процес освоєння нових концепцій готельного бізнесу і модернізації старих.

Література:

1. М. П. Мальська. Управління сферою готельного господарства: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська, В. Л. Кізима, І. З. Жук. – К. : Центр учбової літератури, 2017. – 336 с.
2. Готельно-ресторанний бізнес, як основна складова туристичної індустрії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libr.rv.ua/ua/virt/78/>

ГУЗАР У.,

к.е.н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Львівського державного університету фізичної культури
імені Івана Боберського

ДУБИК Н.,

студентка 4 курсу Львівського державного університету
фізичної культури імені Івана Боберського

МАЛЧЕВСЬКА Х.,

студентка 4 курсу Львівського державного університету
фізичної культури імені Івана Боберського

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ефективна діяльність багатьох успішних підприємств залежить від наявності високого рівня корпоративної культури, яка є важливим та потужним інструментом управління працівниками підприємства. Сьогодні саме наявність та постійний розвиток корпоративної культури забезпечує

довготривалу ефективність господарської діяльності підприємства, оскільки вона безпосередньо впливає на мотивацію працівників, продуктивність та ефективність їх праці

Дослідженню проблем формування корпоративної культури в індустрії гостинності присвячено чимало праць вітчизняних та зарубіжних вчених: М. Мескон, Т. Пітерс, А. Кеннеді, О. Грішнова, А. Клебанов, М. Нікітін та ін.

Метою наукового дослідження є характеристика категорії корпоративної культури, як невід'ємної ефективного функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

За останні десятиліття індустрія гостинності змінилася до невпізнання. Сьогодні світова мережа готелів повинна задовольняти найвимогливішого клієнта, адже втратить свій рівень конкурентоспроможності. Саме тому дохід та успіх підприємств готельно-ресторанного бізнесу напряму залежить від рівня корпоративної культури.

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому. Так, чим вищий рівень корпоративної культури, тим у меншій мірі персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. До того ж, чим вищий рівень корпоративної культури, тим вищий престиж і конкурентоспроможність підприємства.

Корпоративна культура у системі управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, має розглядатися як стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати усі його підрозділи та усіх працівників на загальні цілі, підвищувати ініціативу персоналу, забезпечувати відданість загальній справі, полегшувати спілкування [1, с. 143].

Таким чином, корпоративна культура – це добре сформована система керівних переконань, принципів і технологій у життєдіяльності підприємства.

Корпоративна культура виявляється у філософії та ідеології управління, ціннісних орієнтаціях, віруваннях, очікуваннях, нормах поведінки. Корпоративна культура регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати її реакцію в критичних ситуаціях [2, с. 45].

Американські дослідники в галузі економіки виробництва Т. Діл і А. Кеннеді в якості показника ефективності використовували продуктивність праці. Ними були виявлені ключові складові корпоративної культури, які також безпосередньо впливають на продуктивність в індустрії гостинності [3]: сильна, об'єднуюча корпоративна філософія і місія; лідер, який довіряє іншим і в якого вірять; відкриті канали комунікацій і доступ до вищого керівництва; особливу увагу до людей і продуктивності; особливу увагу до клієнтів і сервісу; наявність підтримуваних усіма церемоній, ритуалів, звичаїв; загальний емоційний підйом, що стосується роботи й майбутнього; почуття задоволення, пов'язане з виконавчою майстерністю, вкладеними у загальну справу.

Отже, ми бачимо, що корпоративна культура є важливим інструментом в управлінні підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. Тому, для підтримки стабільного розвитку підприємства й підвищення ефективності його діяльності, керівники повинні своєчасно формувати та вдосконалювати корпоративну культуру. Вона має стати центром уваги менеджерів, адміністраторів, адже це дозволяє досягнути ефективних результатів діяльності підприємства через наближення інтересів керівництва і персоналу. Створення високого рівня корпоративної культури дає змогу покращити конкурентоспроможність підприємства та його продукції як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

Література:

1. Дубяга В. Ф., Полосин А. В., Тиунов А. А. *Организационная культура российского предприятия [Текст] : моногр. – М., 2007. – 220 с.*
2. Чернявський А. Д. *Корпоративне управління [Текст] : навч. посіб. – МАУП, 2007. – 208 с.*
3. Deal T., Kennedy A. *Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life, Addison-Wesley Pub. Co., 1982. – P. 232.*

ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ШЛЯХ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Тенденції в ресторанному бізнесі постійно змінюються, відображаючи мінливі інтереси та потреби людей. Слідкувати за технологічними новинками важливо для власників ресторанів, шеф-кухарів та всіх, хто працює в галузі ресторанного господарства.

Цифрові дошки меню дозволяють власникам ресторанів та менеджерам регулярно змінювати меню, щоб розмістити спеціальні пропозиції та доповнення, коригувати ціни в різний час. Програмне забезпечення для цифрових дошок меню пропонують такі компанії: «Mira Signage», «Reach Media Network», «Enplug» та «Kabaq».

Електронне меню — це інтерактивне меню, що реалізується за допомогою сенсорного дисплею, який розміщують біля столу або на столі, за яким сидить гість. Так, компанія «eMenuInternational», яка є одним з найдосвідченіших постачальників інтерактивних меню у світі, встановила понад 1500 електронних меню у 15 країнах – у ресторанах при готелях всесвітньовідомих ланцюгів «Marriott», «Hyatt», «Hilton», «Sheraton», , а також у незалежних ресторанах «La Osa Diagonal» (Барселона), «Fish» (Тель-Авів), «TonyRoma's» (Сантьяго). На думку власників ресторанів, які впровадили електронне меню, прибуток збільшився в середньому на 10-20%. Це пов'язано з такими факторами: додатковий престиж та зручність у користуванні дозволяють утримати постійних клієнтів та залучати нових; зменшуються втрати від недбалості та млявості персоналу; підвищується ефективність та швидкість приймання замовлень.

QR-код — це маркетингова інновація, яка є ефективною в організації ресторанного бізнесу. QR-код може містити інформацію про ресторан, меню та акції, веб-сайт закладу, запросити людей приєднатися до груп у соціальних мережах. Розміщувати QR-код можна на рекламних стендах, столах, на квитанціях. Загалом 25-30% населення в розвинених країнах використовують QR-коди згідно з даними компанії «Adobe Systems», яка проводила дослідження у 2014 році. Число закладів, що сканують коди, зростає, завдяки компанії «Apple», яка у 2019 році додала сканування QR-кодів до свого додатка «Camera».

«Розумне» кухонне обладнання має ряд переваг, серед яких можна виділити такі: має менший розмір, порівнюючи зі звичайним, і може виконувати кілька функцій для оптимізації простору; має програмовані налаштування, які дозволяють встановити точну температуру та час приготування рецептів, що у свою чергу, допомагає зменшити помилки при користуванні обладнанням та робить кухню більш ефективною; має підтримку Bluetooth, що дозволяє керувати обладнанням з телефону або на відстані. Яскравим прикладом такого кухонного обладнання є «розумна» пічка другого покоління, яку випустила компанія «June» у 2018 році. «Розумна» пічка керується зі спеціального додатка смартфона, вона має встановлену камеру, яка автоматично розпізнає 50 продуктів, пропонує рецепти з цими продуктами, контролює температуру та передає зображення на смартфон.

Окремі інновації стосуються приготування кави у ресторанному бізнесі. Серед кавових новинок користуються популярністю такі: нітро-кава, прозора кава та латте з 3D-принтерів. Нітро-кава – це кава холодного приготування, наповнена безбарвним газовим азотом без запаху для створення кремової текстури. Вартість обладнання для нітро-кави починається від 10 тисяч і може сягнути 25 тисяч гривень. Прозора кава, яку випустила компанія зі Словаччини «CLR CFF», стала фуд-трендом в Instagram у 2017 році. На сайті продукту зазначається, що напій вироблений з «високоякісних зерен Арабіки» та води. Сама ж технологія виробництва тримається у таємниці. Латте з 3D-принтерів, які здатні наносити на піну кавового напою зображення будь-якої складності чи тематики, набувають дедалі більшої популярності у ресторанах та кафе-барах.

Окреме місце у ресторанному бізнесі займають заклади, які використовують унікальні інноваційні технології у своїй діяльності. Серед них варто виділити такі:

— ресторан «Sagaya» у Токіо, в якому встановлені останні сенсорні та світлові технології, завдяки яким відвідувачі закладу мають змогу послухати, як співають птахи, почути дзюрчання води або навіть відчувати дотик вітру;

— ресторан віртуальної реальності «First Airlines» також у Токіо, гостей якого занурюють в атмосферу перельоту, роздають їм окуляри віртуальної реальності, завдяки яким можна здійснити «подорож» різними містами, а також безкоштовні напої, як в бізнес-класі та обід, який складається з 4-х страв;

— 3D-ресторан «Food Ink» у Лондоні, у якому все створено на 3D-принтері: столи, стільці, скатертини, посуд і всі страви меню;

— хайтек-бар «Кібер-дог» у Празі, де адміністратора, офіціантів і барменів замінили роботи: замовити щось в закладі можна через спеціальний апарат, який приймає замовлення тільки через мобільний додаток, розливає напої, а замовлення подають клієнту на спеціальній роботизованій таці;

— ресторан фаст-фуду «Spruce» у Бостоні, який обслуговується роботами та у якому страви готують сім обертових чаш – вони змішують і обсмажують інгредієнти, при цьому на кожне замовлення йде не більше трьох хвилин;

— піцерія «Zume Pizza» у Каліфорнії, у якій працює кілька різних роботизованих пристроїв, що виконують велику частину готування: вичавлюють соус на заготовлене тісто, рівномірно його розподіляють, відправляють піцу в духовку, а також у виробництві є пристрій doughbot, який заготовляє тісто.

Отже, інноваційні технології у галузі ресторанної справи включають: цифрові дошки меню, електронне меню, використання QR-кодів, «розумні» кухонні технології та сучасну техніку приготування кави. Таким чином, для того, щоб збільшити прибуток та залишитися конкурентоспроможними українським ресторанам необхідно слідкувати за сучасними світовими тенденціями та впроваджувати їх у своїх закладах.

Докшина О.Ю.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О. В. Орленко

ВПРОВАДЖЕННЯ У ЗАКЛАДИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

На сьогодні проблема здорового харчування є найважливішою і актуальною державною задачею, оскільки пов'язана з соціальною стабільністю суспільства і здоров'ям населення. У всьому світі визнаний взаємозв'язок між характером харчування і здоров'ям. Неправильне харчування є причиною багатьох захворювань. Як в світі, так і в нашій країні постійно збільшується споживання цукру. Надмірне споживання цукру, як в чистому вигляді, так і в інших продуктах харчування, призводить до розвитку таких захворювань, як цукровий діабет, серцево-судинні захворювання, ожиріння та інші хвороби. Тому світ потребує впровадження нових замінників цукру.

Заклади ресторанного господарства не байдужі до проблем населення і приймають активну участь у корегуванні його раціону харчування.

Серед розмаїття борошняних кондитерських виробів значний об'єм займає здобне печиво, яке містить підвищену кількість цукру та жиру і належить до висококалорійних продуктів. Сучасна тенденція до зменшення калорійності та підвищення харчової цінності кондитерських виробів потребує удосконалення технології здобного печива, що можливо за рахунок збільшення об'ємів випуску виробів зі зниженим вмістом жиру та низькокалорійними начинками.

Тому пріоритетним напрямком розвитку кондитерської промисловості є розробка продуктів харчування функціонального призначення, що мають збалансований склад, що сприяють зміцненню захисних функцій організму.

Кондитерські вироби функціональної спрямованості в першу чергу призначені для дієтичного та функціонального харчування.

Під час створення борошняних кондитерських виробів функціонального призначення основна увага приділяється збільшенню вмісту в них функціональних інгредієнтів (харчових волокон, білків, вітамінів антиоксидантів та ін.) і зниженню енергетичної цінності.

Асортимент дієтичних десертів розширюють низькокалорійні кондитерські вироби за рахунок зниження вмісту в них цукру і жиру. Вони рекомендуються людям, схильним до повноти.

Широке застосування в раціоні харчування людини харчових продуктів з використанням в складі низькокалорійних натуральних цукрозамінників та продукти переробки зерна або горіхів може дозволити підвищити ефективність профілактики різних захворювань в сукупності зі здоровим способом життя.

Поліпшення структури харчування населення України передбачає збільшення виробництва харчових продуктів завдяки удосконаленню існуючих і створенню новітніх технологій харчових продуктів функціонального призначення. Такі продукти повинні мати збалансований хімічний склад, невисоку енергетичну цінність, знижений вміст цукру і насичених жирних кислот і підвищений – корисних для здоров'я інгредієнтів, функціонального і оздоровчо-профілактичного призначення, і бути абсолютно безпечними для людини.

Література:

1. Сирохман І. В. *Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення: навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня.* — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 544 с.
2. Зайцева Г. Т., Горпинко Т. М. *Технологія виготовлення борошняних кондитерських виробів: Підруч. для проф.-техн. навч. закладів.* — К.: Вікторія, 2002. — 400 с.
3. Мазаракі А.А. *Технологія харчових продуктів функціонального призначення / А.А. Мазаракі, М.І. Пересічний, М.Ф. Кравченко; за ред. д-ра техн. наук, проф. М.І. Пересічного.* — 2-ге вид., переробл. та допов. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. — 1116 с.
4. Ростовський, В. С. *Теоретичні основи технології громадського харчування. Загальна частина [Текст]: навч. посібник / В. С. Ростовський.* — Київ: Кондор, 2006. — 200 с.

ІВАНОВ Є.О.,

студент 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.т.н., доцент Д.М. Якимчук

КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Готельне господарство є однією зі складових туристської індустрії. Матеріальна база, що призначена для розміщення туристів, посідає одне із перших місць при формуванні туристичної інфраструктури, оскільки якість проживання та відповідне обслуговування помітно впливають на рівень туристичного сервісу. Одже, готельна індустрія стає швидко зростаючим бізнесом, що приносить значні грошові надходження, в тому числі валютні. Тому від категорії готелю залежить якість надання послуг та цінова політика готелів в Україні.

Готелі класифікують за п'ятьма категоріями. Найвищу категорію позначають *****, найнижчу * [1].

Загальні вимоги до якості послуг готелів категорії «одна зірка» Готелі категорії «одна зірка» можуть бути збудовані за типовим проектом з використанням недорогих технологій; мати обладнання та меблі серійного виробництва. Але всі меблі й електроприлади повинні бути справними, функціональними; постільна білизна та рушники – якісними, без дефектів; санвузли – оснащені справним обладнанням, стіни та підлога – покриті водонепроникним матеріалом.

Загальні вимоги до якості елементів готелів категорії «дві зірки» Устаткування готелю може бути недорогим, але функціональним, справним, у хорошому технічному стані. Постільна білизна повинна бути без дефектів, з натуральних або натурально-штучних тканин: однобарвна, біла, кольорова або картата [1]. Оснащення санвузлів повинно мати естетичний вигляд, стіни та підлога покривають водонепроникним матеріалом і виконані якісно, без недоліків.

Загальні вимоги до якості послуг готелів категорії «три зірки» Будівля готелю має бути органічною з архітектурним ансамблем Кишці (площі), фасад будинку - відповідати певному архітектурному мрію. Якщо готель збудовано за невдалим проектом, з невиразним фасадом, потрібно застосовувати широкий спектр сучасних будівельних технологій і матеріалів, які зроблять зовнішній вигляд будинку привабливим. Меблі та оснащення можуть бути дорогими, але відповідати прийому стилю, устаткування – справним [1]. Постільна білизна – з натуральних тканин, незношена, однотонна з малюнком, однобарвна чи картата. Санвузли – оснащені дорогим, якісним обладнанням середньої

та вишуканого дизайну, стіни та підлога – покриті відповідним водонепроникним матеріалом. Обов'язкова наявність у номерах громадських приміщеннях декоративних елементів.

Загальні вимоги до якості послуг готелів категорії «чотири зірки» Будівля готелю повинна органічно вписуватись в архітектурний вулиці (площі), фасади будинку повинні відповідати певному, чітко вираженому архітектурному стилю. Підприємство готельного господарства повинно мати автостоянку, що охороняється. У випадку реконструкції будинку, який є історико-культурною пам'яткою, слід зберегти відтворення початкових фасадів, фресок, вітражів. Інтер'єр готелю має бути виконаний відповідно до дизайнерського проекту в єдиній кольоровій гамі; меблі й устаткування громадських приміщень і номерів – відповідати міжнародним стандартам якості; усі приміщення – оснащені килимами або килимовим покриттям, постільна білизна – з тонкотканих натуральних тканин, біла або кольорова.

Загальні вимоги до якості послуг готелів категорії «п'ять зірок» Це має бути підприємство зі зручними під'їзними шляхами, автостоянкою та гаражем, які охороняються. Дизайн інтер'єру будинку повинен відповідати ексклюзивному художньому рішенням; номери, холи, вестибюль прикрашають авторськими роботами: картинами, декоративними прикрасами, керамікою, гобеленами тощо. Меблі, посуд, драпірування та інші деталі інтер'єру можуть бути антикварними. Предмети інтер'єру й оформлення повинні формувати респектабельність готелю. Обладнання громадських приміщень, кімнат і санвузлів, меблі та килими повинні бути виготовлені з найдорожчих матеріалів, відрізнятися вишуканістю та знаходитись у бездоганному стані, посуд і столові набори – виконані в одному стилі, постільна білизна – з тонкотканих натуральних тканин, з вишитою або витканою емблемою готелю [1].

Обслуговування туристів, інших груп населення здійснюють готелі різного типу, мотелі, заклади лікування (санаторії, пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії) та відпочинку (будинки, бази відпочинку, пансіонати, туристичні бази), спеціалізовані установи (кемпінги, молодіжні табори відпочинку та центри, транспортні засоби розміщення).

Таким чином, розвиток готельного господарства та забезпечення високого рівню надання послуг в Україні буде сприяти більш інтенсивному руху людей, що є елементом державної соціальної політики.

Література:

1. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. *Організація готельного господарства: Підручник.* - К.: Київ, нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 448 с.

КАРПЕНКО В.О.,

курсант 2 курсу факультету фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Г.В. Соломіна

АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД СУЧАСНОГО СТАНУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Основним складником туристичної індустрії є готельно-ресторанний бізнес, що містить величезний комплекс послуг, а тому є основним чинником у туристичній галузі і визначає перспективи її розвитку. У сфері готельно-ресторанного бізнесу постійно відбуваються зміни, орієнтовані на споживача, що дає можливість відповідати певним сучасним тенденціям та бути конкурентоспроможними на ринку.

У туристичному секторі світової економіки створено 10,4% глобального ВВП, зайнятість населення планети у цій сфері становить 9,9% [1]. Якщо аналізувати світовий експорт, то частка туризму в ньому становить 7,4% і займає третє місце після нафти і нафтопродуктів та автомобільної промисловості.

Аналіз діяльності готельно-ресторанного бізнесу в Україні зосереджена у капіталі туристичних регіонів України, на який припадає 78%, на розвиток ресторанів - 14%, які розвиваються переважно у великих містах.

Динаміка ресторанних закладів свідчить про те, що сьогодні перше місце у розвитку належить закладам швидкого харчування, темпи зростання яких становлять 326,8%, друге місце займають

ресторани з ростом 134,6%, третіми стали кафе з показником 121,2%, на четвертому місці бари, показник росту яких сягає 104,9%, останніми є їдальні з показником 75,3% [2].

Досить популярними стали заклади заміського типу, особливо активною є їх відвідуваність у літній період за винятком міських ресторанів, розташованих у рекреаційних зонах та парках. Споживачі віддають перевагу ресторанам при невеликих готелях (на 10-15 номерів) із розвинутою інфраструктурою (дитячими майданчиками, басейнами, мангалами) для сімейного відпочинку на природі.

Активно розвиваються чайні та кавові клуби разом із закладами продажу кондитерських виробів. Ще однією новинкою в Україні стало відкриття «інтелектуальних кафе» на базі книжкових магазинів, де є можливість не лише похарчуватися, а й почитати.

Необхідною умовою інтегрування України у світове товариство відповідного бізнесу є створення єдиної системи категоризації. Показовим прикладом такої системи сьогодні є Hotelstars Union, що була прийнята членами асоціації HOTREC (Союз професійних асоціацій рестораторів і готел'єрів Європи – Hotels, Restaurants & Cafes in Europe) [3, с. 13], що має низку переваг [4]: високі стандарти якості обслуговування та організація дієвого контролю; максимум об'єктивності в критеріях оцінки готелів; прозорість для гостей та готел'єрів, справедлива конкуренція; сучасна та актуальна інформація для клієнтів; міжнародний товарний знак та брендинг для готелів; загальна інформаційна база даних. Партнерство в системі забезпечує узгоджену класифікацію готелів із загальними критеріями та процедурами категоризації в країнах-учасниках, підвищує їхню репутацію та впливає на якість надаваних готельних послуг, створюючи прозорість і безпеку для гостей та стимулюючи розвиток готельного маркетингу [5].

Не менш важливими в готельно-ресторанному бізнесі є функціональні системи безпеки, що включають елементи захисту починаючи з охоронної сигналізації і закінчуючи збором і обробкою інформації. Однією із таких є система Enterprise Building Integration (EBI), покликана забезпечити комфортне безпечне середовище для гостей і персоналу готелю. Особлива увага приділена стандарту Fire&Life Safety (FLS): цей стандарт пред'являє жорсткі вимоги до систем безпеки і життєзабезпечення гостей та неухильно дотримується в усіх готелях бренду Crowne Plaza по всьому світу.

Актуальними сьогодні є технологічні інновації: планшети, які замінили меню і дали змогу економити час обслуговування клієнтів; QR-кодів, що дає змогу прочитати всю інформацію про ресторан, меню та акції; застосування аутсорсингу, що дає змогу супутні функції закладу передати зовнішнім виконавцям. Привабливими є ресторани, що застосовують новітні технології в кулінарії, орієнтуються на здорове харчування та використовують нові види сировини.

У найближчій перспективі готельно-ресторанний бізнес в Україні має зростати за рахунок якості та оригінальності наданих послуг, і це буде стосуватися не лише брендних підприємств, а й середнього і малого бізнесу. Існуючим закладам варто створювати мережі з універсальним набором послуг і високим рівнем обслуговування, що дасть можливість домінувати на внутрішньому ринку та створити передумови для світової інтеграції.

Література:

1. *World Travel & Tourism Council (WTTC)*. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/>
2. *Статистичний щорічник України за 2018 рік*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. *Галасюк С.С. Досвід європейських країн у застосуванні стандартів «HOTELSTARS UNION». Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України». Одеса, 2018. С. 13–18.*
4. *Система категоризації готелів HotelStars*. URL: <https://www.hotelstars.eu>
5. *Основи готельно-ресторанної справи : навчальний посібник / Н.І. Данько та ін.; за заг. ред. А.Ю. Парфененка. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. 288 с.*

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.т.н., доцент Д.М. Якимчук

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕМАТИЧНИХ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

Галузь гостинності відіграє значну роль в розвитку економіки України. В розвинених країнах це ключова галузь економіки, яка наповнює бюджет значними ресурсами.

З кожним роком готельно-ресторанне господарство все більше розвивається та забезпечує виконання різних завдань:

- вирішення багатьох соціально-економічних проблем;
- покращення використання продовольчих ресурсів;
- надання населенню якісного харчування, що має вирішальне значення для збереження здоров'я, росту продуктивності праці;
- підвищення якості життя;
- узгодження послуг, що надаються із попитом;
- прискорення розвитку галузі та економіки в цілому.

До основних закладів харчування, якими користується населення, відносяться наступні:

- ресторани;
- столові;
- кафе;
- закусочні;
- бари.

Кожен з перерахованих вище закладів характеризується своїми особливостями та клієнтами, що їх відвідують. До основних параметрів, що характеризують заклади ресторанного господарства з точки зору обслуговування відвідувачів належать:

- різний характер попиту населення на певні види харчування (сніданки, обіди, вечері, проміжні прийоми їжі, бізнес-ланчі);
- тип відвідувачів в залежності від віку, статі, вподобань, нації та інших параметрів;
- специфіка обслуговування відвідувачів під час коротких обідніх перерв, а також під час відпочинку;
- необхідність обслуговування дорослого населення та дітей;
- відповідність специфіки закладу клієнтам;
- якість надання послуг;
- комплексний показник використання основних та додаткових послуг;
- використання певних особливостей чи «ноу-хау» в діяльності закладу;
- застосування інноваційних технологій.

В сучасних ринкових умовах розвитку закладів гостинності значну роль відіграє привабливість для відвідувачів. В цьому аспекті актуальним постає завдання розробки сучасних тематичних закладів, які б приваблювали відвідувачів та задовольняли їх інтереси та вподобання.

Попит на продукцію і послуги громадського харчування безперервно змінюється і зростає. Які б не були важкі умови для населення, в будь-якому випадку існує необхідність харчування та задоволення морально-естетичних потреб клієнтів. А це краще забезпечити з використанням тематичних закладів гостинності, спрямованих на задоволення найрізноманітніших вподобань клієнтів.

Варто зауважити, що при загальній статистиці в 20 % закладів, які продовжують функціонувати після першого року існування, тематичні заклади мають гнучку структуру, яка дозволяє легко адаптуватись під сучасні умови ринку і працювати із досить високою ліквідністю.

З цієї точки зору, розробка нових тематичних закладів ресторанного господарства є актуальним завданням, яке потребує вирішення в сучасних реаліях функціонування закладів готельно-ресторанних господарств та галузі гостинності в цілому.

Тому, існує необхідність розробки методів розробки та застосування сучасних тематичних закладів гостинності в умовах розвитку українського ринку надання послуг з урахуванням світового досвіду з цієї проблематики.

Література:

1. Головка О.М. *Організація готельного господарства* : підручник / О.М. Головка, Н.С. Кампов, С.С. Махлинець, Г.В. Симочко. – К. : , 2010. – 247 с.
2. *Організація готельного господарства [Електронний ресурс]* / Н.П. Бакеренко // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2013, Вип. 23.15. – С. 168-176. – Режим доступу: <http://www.chl.kiev.ua/cgi-bin/sp/print/index.php?id=37866>
3. Бакеренко Н.П. *Особливості діяльності підприємств готельної індустрії [Електронний ресурс]* / Н.П. Бакеренко // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2013. – Вип. 23.15. – С. 168-176. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvnltu_2013_23.15_30.pdf
4. Головка О.М. *Організація готельного господарства* : навч. посібник / О.М. Головка, Н.С. Кампов, С.С. Махлинець, Г.В. Симочко; за ред. О.М. Головка. – К.: Кондор, 2011. – 410 с. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/16781024/turizm/organizatsiya_gotel'nogo_gospodarstva

Куржос А.С.

студент 2 курсу магістратури факультету економіки та підприємництва
Вінницького національного аграрного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент Ю.В. Ставська

ВПРОВАДЖЕННЯ НАССР У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

З метою покращення ситуації вітчизняним законодавством передбачене обов'язкове впровадження у закладах громадського харчування (ресторанах, барах, кафе, їдальнях, піцеріях, кав'ярнях, кондитерських, бістро, закладах швидкого приготування їжі тощо) постійно діючих процедур, що засновані на принципах аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках – НАССР. Зокрема, відповідно до Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» з вересня минулого року ця вимога є обов'язковою для всіх закладів громадського харчування (крім малих потужностей), що провадять діяльність з харчовими продуктами, у складі яких є необроблені інгредієнти тваринного походження (наприклад, необроблене молоко, м'ясо, риба, молюски, ракоподібні, яйця, мед тощо). З 20 вересня поточного року наявність НАССР є обов'язковою у закладах громадського харчування, які використовують харчові продукти, що не містять необроблених інгредієнтів тваринного походження (крім малих потужностей). А вже з 20 вересня 2019 року ця норма стане обов'язковою і для закладів громадського харчування, які відносяться до малих потужностей, тобто мають не більше ніж 10 осіб персоналу і займають площу не більше 400 квадратних метрів.

Впровадження НАССР у закладі громадського харчування перш за все передбачає розробку базових санітарних програм (програм-передумов) відповідно до вимог чинного законодавства, які мають охоплювати необхідні заходи щодо особистої гігієни персоналу, прибирання приміщень, миття та дезінфекції кухонного обладнання (у тому числі й витяжки), інвентарю та посуду, боротьби зі шкідниками, зберігання сировини та інгредієнтів, утилізації відходів тощо. Наступний етап включає в себе опис усіх технологічних процесів, що стосуються приготування, зберігання та реалізації страв, а також ідентифікацію та оцінку потенційних небезпек і вибір критичних точок контролю. Наприклад, таких, як приймання та зберігання сировини, теплова обробка продуктів, температура, умови зберігання та термін придатності готових страв, пакування або подача готової продукції тощо. Також мають бути визначені процедури моніторингу, корегувальні дії у випадку перевищення граничних значень у точках контролю, процедури верифікації, а також особи, відповідальні за процедури НАССР під час виробництва та обігу харчової продукції [1].

Впровадження НАССР покликане допомогти закладам громадського харчування виділити всі небезпечні чинники, які можуть нести потенційну загрозу для життя і здоров'я споживачів, та запобігти їх виникненню, мінімізуючи таким чином інциденти із харчової безпеки, які тягнуть за собою правову відповідальність [2].

Контроль за реалізацією вимог чинного законодавства щодо впровадження постійно діючих процедур, заснованих на принципах НАССР, покладено на Державну службу України з питань

безпеки харчових продуктів та захисту споживачів, яка може здійснювати перевірки суб'єктів господарської діяльності без попередження.

Література:

1. Ставська Ю.В. Впровадження системи керування безпекою харчових продуктів НАССР. Вісник наукових досліджень: актуальні регіональні проблеми економіки, права, управління і соціальної сфери. – 2007. – №7. – С. 66 - 73.
2. Система НАССР. Довідник: / Львів: НТЦ- "Леонорм – Стандарт", 2003.-218 с.

ОРЛЕНКО О.В.,

д.е.н., доцент, професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Херсонського державного університету

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ХОСТЕЛІВ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день число молодих людей, що не бажають витратити ліву частку відрадженого бюджету на проживання, стрімко зростає. Це забезпечує стабільне збільшення попиту на хостели і виділяє даний сегмент готельного бізнесу в окреме перспективний напрямок. Питання інвестиційної привабливості хостелів викликає розбіжності у експертів ринку. Більшість з них запевняють, що вкладати кошти в будівництво дешевих готелів не вигідно, оскільки інвестор не отримує гарантії окупності вкладень. Тим часом ряд фахівців відносять хостели до прибуткового бізнесу, потенціал якого, за їхніми прогнозами, розкриється в найближчі кілька років.

В Україні хостели існують давно. Вони являють собою двокімнатні або трикімнатні квартири, укомплектовані певною кількістю спальних місць і здаються господарями приїжджим і студентам. Така система завжди дозволяла якщо не добре заробити, то хоча б знизити витрати на комунальні послуги. "Офіційні" малобюджетні готелі з'явилися в нашій країні в 2004 році, коли була відкрита Всеукраїнська молодіжна хостел-асоціація (ВМХА).

Саме в цей період почався активний розвиток мережі хостелів ІУНФ (інші не класифікувалися як хостели). Учасники ринку пов'язують це з підвищеною зацікавленістю, яку проявила міжнародна організація до нашого ринку після декількох років його детального вивчення. Проте не можна заперечувати і того, що хостел-рух було обумовлено підготовкою України до проведення "Євробачення-2005", а увагу ІУНФ привернув потік іноземних туристів-фанатів європейської поп-музики. Всім було зрозуміло, що кількості готельних місць не вистачить для того, щоб задовольнити потреби гостей України. Більш того, прайс-лист будь-якого київського готелю, що має розряд вище трьох зірок, міг ввести в шок європейських туристів - ціни на проживання в чотири рази перевищували середньоєвропейські [1].

Хостели, в свою чергу, стали оптимальною альтернативою готелям, перш за все завдяки вартості нічлігу. Мінімальна вартість проживання становить від 55 грн. до 120 грн. за ніч. Середня ціна по регіонах досягала 70 грн. за місце і включала необхідний набір послуг для проживання, а всі додаткові надавалися за додаткову плату. Вартість проживання в хостелі залежить від того, де він розташований, від кількості спальних місць в кімнаті, від рівня ремонту.

При цьому загальні вимоги до якості хостелів і базових послуг, які він надає, однакові і регулюються профільною асоціацією. обов'язковою є наявність в готелі гарячої та холодної води. На дванадцять чоловік повинен бути передбачений хоча б один туалет, на шість осіб - одна раковина, на п'ятнадцять чоловік - духова або ванна.

Перший український хостел, на базі якого було створено ВМХА, відкрився в Балаклаві в 2004 році. За ним послідували хостели, організовані на базі двозіркових готелів "Світанок" в Ужгороді і "Юність" в Одесі. Четвертий малобюджетний готель відкрили в приміщенні Львівської банківської академії в центрі Львова. До 2005 року один за іншим відкривалися хостели в Києві, Івано-Франківську, Тернополі, в Чернівцях, Харкові та інших містах України.

Кількість українських хостелів у 6 разів менша порівняно з країнами-лідерами, але якщо порівняти з кількістю хостелів у країнах-сусідах – Білорусі (46 хостелів у 16 містах), Молдові (15 хостелів у 36 містах), Польщі (589 хостелів у 27 містах), Росії (2077 хостелів у 67 містах), Румунії (131 хостел у 25 містах), Угорщині (121 хостелів у 23 містах), Словачії (50 хостелів у 22 містах), то Україна (379 хостелів у 28 містах) займає середні позиції. Зважаючи на те, що більшість хостелів у світі з'явилась за останні п'ять років, можна припустити, що в Україні у найближчі декілька років кількість хостелів буде на рівні країн-лідерів. Географія міст України, у яких функціонують хостели, охоплює

майже усі обласні центри (за винятком чотирьох – Житомира, Хмельницького, Сум та Кропивницького) [2].

Найбільше хостелів на сьогодні функціонує у Києві (125 хостелів) та Львові (88 хостелів). З 2014 року по 2018 рік кількість хостелів у середньому по країні збільшилась приблизно у три рази. Також нещодавно відкриті й успішно функціонують хостели у таких невеликих туристичних містах, як Коломия, Яремче, Трускавець, Рахів, Міжгір'я, Мукачево, Чортків тощо.

Зараз в Україні використовуються досить суворі стандарти канадської хостел-асоціації, які передбачають обов'язкову наявність кафетерію або кухні, телефону і комп'ютера з платним або безкоштовним виходом в Інтернет. Ще однією умовою, яке з'явилося відносно недавно, став прийом кредитної картки хоча б однієї з міжнародних систем. Деякі хостели вартість проживання включають сніданок. За словами фахівців ВМХА, санітарні норми в міні-готелях часто дотримуються суворіше, ніж в п'ятизіркових готелях.

Література:

1. Всесвітня платформа бронювання хостелів *Hostelworld* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.hostelworld.com

2. Офіційний сайт Міжнародної хостел організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.hihostels.com>

ПЕРЕГИБЕНКО А.О.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.т.н., доцент Д.М. Якимчук

КАВ'ЯРНЯ З ТВАРИНАМИ ЯК ТРЕНД ОСТАННІХ РОКІВ

Кав'ярні – розповсюджений заклад ресторанного господарства невеликого розміру. У класичній кав'ярні меню складається з хорошої і якісної кави, кавових напоїв, також є великий асортимент десертів, тістечок, морозива і чаю.

Але такий вид закладів ресторанного господарства потроху починає зникати з ринку попиту, поступаючись концептуальним кафе та барам. Тому підприємці почали активно генерувати ідеї та розробляти бізнес-плани для модернізації існуючих та майбутніх кав'ярень.

Однією з ідей стало створення кав'ярень з тваринами. Такий вид ресторанного господарства давно популярний на просторах Азії. Тренд на кав'ярні з тваринами обумовлений тим, що багато азіатів проводить більшість свого часу на роботі, не мають пари або неодружені, живуть самі та не можуть заводити домашніх тварин через брак часу. Тому поява кав'ярень з тваринами у великих містах на кшталт Токіо, Сеул або Пекін отримала шалену популярність. Цей вид ресторанного закладу став оазисом серед міського стресу.

В Україні кав'ярні з тваринами почали з'являтися з 2015 року. Першими були кав'ярні з котами – тваринами, які найбільш пристосовані до контакту з людьми. Потім почали з'являтися заклади з собаками, птахами, енотами. Кав'ярні з котами або енотами пропонують кавову та чайну карти, різноманітний вибір десертів та обов'язкова релаксація з милими тваринками. Зали закладів мають окремі кімнати, куди маленькі робітники можуть піти відпочити від гостей, поїсти. Можна помітити, що вітчизняні підприємці активно шукали натхнення в азіатських колег.

Для українського ринку ресторанних послуг новий формат кав'ярень став чимось екзотичним, що приваблює тисячі гостей до своїх залів кожного дня. Через особливість таких закладів за день до нього можуть завітати більше 100 гостей.

Популярність кав'ярень з тваринами буде продовжувати набирати оберти в Україні, особливо у великих містах таких як Київ, Харків, Львів, Дніпро, Одеса. Це обумовлено тим, що багато молодих людей не мають пари, багато працюють але потребують чієїсь уваги. Тому цей молодий вид ресторанного господарства потребує класифікацію, нові стандарти, контроль та жорсткі правила поведінки в кав'ярні через наявність у закладі тварин на постійній основі.

Література:

1. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація.

2. Антонова В. А. Організація обслуговування на підприємствах харчування : Навч. посіб. для студ. / В. А. Антонова; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2005. – 156 с.

3. Крамаренко Анна. Потискати kota, сфотографуватися з поросятком: 10 кафе в Києві, де живуть тварини [Електронний ресурс] / А. Крамаренко. – Електрон. текстові дані. – Київ, 2015. – Режим доступу: https://kiev.vgorode.ua/news/dosuh_y_eda/248339-pohlad-kota-uznai-predskazanye-ot-porosenka-10-kafe-y-barovhde-zhyvut-zhyvotnye, вільний.

РУМЯНЦЕВА І.Б.,

асистент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи
факультету туризму ДВНЗ
«Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаника»

ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ БОТІВ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Підвищення лояльності гостей одне з важливих завдань будь-якого готелю. Сьогодні все більшої набуває популярності – чат-бот, який може надавати допомогу споживачеві в будь-який час доби.

Чат-боти стають одним із необхідних інструментів сучасного готельного бізнесу.

Крім оновлених сторінок в соціальних мережах, все частіше можна зустріти використання діалогових систем (chatbot).

Основні сфери використання chatbot показано на рис. 1 [розробка автора].

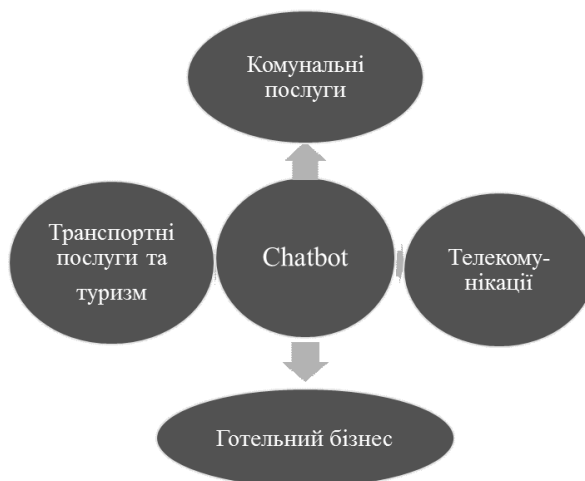


Рис. 1 Основні сфери використання чат-ботів

Структури багатьох галузей, які вважалися стабільними багато десятиліть, почали різко змінюватися, приводячи до необхідності проведення змін в окремих підприємствах [1, с.7].

Сучасні технології готельного бізнесу пропонують нові інструменти для автоматизації їхньої діяльності.

Безперечно на сайтах все частіше можна буде скористатися chatbot, які в залежності від ключових слів в запиті гостя, запропонують підходящий готель. Вже зараз велика кількість гостей використовує мобільні пристрої для того, щоб забронювати номер через booking.com., hotels24 та інші ресурси.

Сучасні чат-боти – це програми, які здатні імітувати спілкування користувача з одним або декількома співрозмовниками. Як правило, вони створюються на базі таких додатків, як Telegram, FB Messenger, Skype, Viber і ін. [2, с. 317].

Основним завданням чат-бота є заощадження часу і забезпечення оперативності взаємодії гостя з готелем.

Цільова аудиторія гостей в готелях кожен день користується подібними месенджерами для спілкування. Не привернути їхню увагу за допомогою чат-бота – значить свідомо програти конкуренту іншого готельного підприємства.

Тому, дуже важливо, щоб у готелях була повноцінна мобільна версія, яка допоможе як для швидкого бронювання номеру гостеві, так і передачі коротких повідомлень для нього. По закінченню роботи чат-бота в процесі бронювання чи отриманні повідомлення про нові пропозиції, скидки на проживання в номері, користувач отримує в месенджер лінк на своє замовлення.

За допомогою chatbot можна не тільки знайти і забронювати житло, але і при необхідності безпосередньо спілкуватися з готелями або власниками апартаментів, повідомляючи їм про час свого приїзду і задаючи додаткові питання.

В готельній сфері чат-бот дозволить автоматизувати кілька напрямків взаємодії з гостем. Наприклад, бронювання будь-якого номеру в готелі, замовлення доставки їжі в номер, бронювання столика та передзамовлення їжі в ресторані готелю чи інші додаткові послуги, які надає готель. А також готельні підприємства можуть ділитися корисним контентом через розсилки чат-бота: знижки на проживання, пропозиції дня, оновлення послуг готельного підприємства, фотозвіти.

На сучасному етапі є надзвичайно висока конкуренція між готельними підприємствами і, як наслідок, – жорстка боротьба за гостей, тому така ситуація, вимагає від готелів, постійного пошуку нових можливостей для розвитку їхнього бізнесу.

Література:

1. Круль Г.Я., Руденко В.П. *Основи готельної справи: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 368 с.*
2. Мельниченко С.В. *Інформаційні технології в туризмі: теорія, методологія, практика: монографія. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2008. 494с.*

РУПТАНОВ А.Ю.,

студент 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор В.О. Орленко

АНАТОМІЯ СТИЛІВ ПИВА

У пивній спільноті є люди, яким розподіл на стилі муляє. Вони наполягають, що пиво — це мистецтво, а спроби втиснути його в рамки стилю обмежують його велич. Але від стилів нікуди не дінешся. Вони невіддільні від історії та сучасного ринку, а подекуди їх захищає закон. Відповідно до них пивовари варять, покупці — обирають, а судді — оцінюють на конкурсах. Стилї вшановують минули і впорядковують сьогоднішнє. Ну і щось треба писати на дошці у барі. І головне — стилї допомагають людям розібратися у світі пива.

Що таке стиль?

Стиль — це набір ознак, які разом створюють цілісний, упізнаваний профіль. Цей профіль іноді може бути не таким уже й впізнаваним і схожим на інші, якщо придивитися уважніше, але це уже деталі. Бо стилї — це певна домовленість.

Сучасне розуміння стилів почало формуватися у 1980 роках під впливом бурхливого розвитку пивних конкурсів серед професійних і домашніх пивоварів. Коли всі зійшлися на думці, що потрібно оцінювати пиво в межах стилю, знадобилися детальні довідки, які б закарбували всі стильові знання, доступні на той час. Звісно, що інформація про деякі історичні стилї, забуті на батьківщині, наприклад, портер, була переважно здогадками. І навіть сьогодні дослідники витягають на світ Божий дешифрі нових знань, і корегують ці описи.

Найпершою і найбільш очевидною групою ознак, які визначають стиль, є об'єктивні виміри: колір, щільність, вміст алкоголю, гіркота, ступінь зброджування та інші. Власне, деякі стилї цими показниками уже будуть визначені. Далі ідуть суб'єктивні сенсорні характеристики: аромат, смак, текстура, повнотілість, — які завершують опис того, що маємо в келиху, і визначають певні стильові обмеження.

Але це тільки верхівка айсберга. Сенсорні характеристики не можуть передати нам всю історію і пояснити, як з'явився стиль, завдяки кому і для чого. Глибшими шарами стилю є технологія пивоваріння, географічне походження, культурні засади, які визначають його певні особливості. Для повноцінного охоплення ширшої картини і суті стильових обмежень необхідно розуміти ці особливості і розглядати стиль у відповідному історичному контексті. Саме тоді і пивовар, і пиволоб зможуть оцінити його повністю.

Щойно почнеш ділити пиво на стилї — певних рішень не уникнути. На великих пивоварних конкурсах стильовий пиріг нарізають на тонюсенькі шматочки, щоб обмежити кількість зразків пива у кожній категорії до кількості, яку хоч якось можна опрацювати. Багато стилів, яким надають статус окремої категорії, насправді є варіанти якогось іншого стилю, зі спільними складниками та історією.

Стилї — не статичні, вони змінюються під впливом ринкових уподобань і економічного тиску. Триває перетягування канату між командами сучасних та історичних стилів, під час якого деякі стилї, наприклад, октоберфест, швидко перетворюються на щось інше, навіть коли маленькі броварні дбають про те, щоб зварити і випустити на ринок історично коректні зразки. Я зазвичай дотримуюся

консервативної позиції і, визначаючи стилі на їх ознаки, послуговуюся класичними історичними категоріями

Література:

1. Смак пива. Інсайдерський путівник у світі найвидатнішого напою людства./ Ренді Мошер // Львів : Видавництво Старого Лева, 2018 –388 с.

СІДЕНКО І.І.,

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.т.н., доцент Д.М. Якимчук

РОЗРОБКА ЕКО-МОТЕЛЮ ЯК СУЧАСНОГО ЗАСОБУ РОЗМІЩЕННЯ

На сьогодні мотелі є дуже привабливими і необхідними засобами розміщення як для внутрішніх, так і для іноземних туристів. Проте застаріла матеріальна база та недосконалі методи управління не дозволяють таким закладам працювати на повну потужність. Це пов'язано з багатьма чинниками, серед яких – недосконалість класифікації засобів розміщення і невідповідність сучасним вимогам, що висуваються до мотелів.

Україна за рівнем розвитку мотелів значно відстає від середніх показників по Європі, майже втричі – від країн Центральної Європи. Водночас в 1,2 рази перевищує показники, які є середніми для країн СНД. Проблема розвитку мережі мотелів в Україні є дуже актуальною, особливо з врахуванням застосування еко-технологій, а особливо – з наближенням до входження України до Європейського союзу.

Поняття «еко-технології» є широким і включає великий спектр різних технологій, які є корисними для довкілля і перешкоджають його забрудненню. Еко-технології стосуються усіх сфер діяльності людини від харчування, проживання до виробництва продукції та товарів. В сучасному світі зберегти довкілля є одним із найважливіших завдань, тому що ступінь забрудненості навколишнього середовища дуже високий. Ця проблема носить глобальний характер, оскільки забруднення навколишнього середовища стало спричиняти не тільки захворювання людей і тварин, а й в подальшому може спричинити до серйозних проблем із існуванням усього живого на планеті Земля.

На сьогодні задоволення усіх потреб відвідувачів є основою діяльності найкращих мотелів світу. В умовах нових тенденцій на ринку індустрії гостинності вони мають унікальну можливість ще більше підняти свій престиж і репутацію за рахунок поліпшення стандартів обслуговування, які б відповідали найвищим сучасним вимогам. Розробка сучасного мотелю із застосуванням екологічних технологій є актуальним завданням, що розглядається в роботі.

Процес роботи та управління готельно-ресторанними підприємствами є досить складним і потребує врахування всіх деталей від організації проектування готельно-ресторанного комплексу до надання послуг з зустрічі, розміщення, харчування, створення умов для раціональної організації праці. А для цього потрібно чітко орієнтуватися у середовищі сфери гостинності, знати особливості технологічного циклу обслуговування.

Технологія обслуговування клієнтів у мотелях характерна циклічністю – послідовним повторенням процесу обслуговування гостя від часу його прибуття до остаточного від'їзду. Технологічний цикл обслуговування – це уніфікований стандартний обсяг послуг із певною послідовністю їх надання, яким має намір скористатись клієнт і які пропонує засіб розміщення. Перелік послуг, їхня якість можуть бути варіативними, але основні етапи, надання головних послуг на кожному етапі завжди забезпечується в певній послідовності.

Технологічний алгоритм гостьового циклу умовно поділяють на чотири етапи (рис. 1).

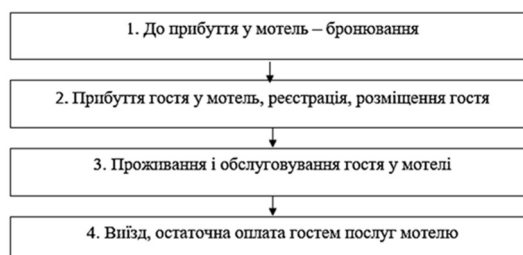


Рис. 1. Технологічний алгоритм гостьового циклу в мотелі

Встановлено групи приміщень та взаємозв'язки між групами приміщень різного функціонального призначення для розробленого мотелю. Виконано основну мету моделювання сервісно-виробничого процесу, а саме, підготовку інформаційної бази для подальших технологічних та інженерних розрахунків і обґрунтувань; розроблено об'ємно-планувальні рішення будівлі мотелю. Для моделювання необхідно підготувати і викласти інформацію про зміст, окремі характеристики і параметри технологічних процесів, які здійснюються на кожному з визначених етапів сервісно-виробничого процесу в мотелі.

Моделі розробляються на основні етапів сервісно-виробничого процесу згідно із завданням на проектування, а саме: зустрічі, реєстрації і розміщення гостей; організації проживання; організації харчування; організації надання додаткових послуг.

Ключовим елементом розробки є використання еко-технологій при проектуванні та створенні мотелю, що є актуальним завданням, яке буде вирішено в подальших дослідженнях.

Література:

1. Бойко М.Г. *Організація готельного господарства* : підручник / М.Г. Бойко, Л.М. Гопкало. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. – 448 с.
2. *Інженерне обладнання будівель: Підручник / за ред. В.С. Кравченка.* – К.: Видавничий дім професіонал, 2008. – 480 с.
3. *Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту / Навч. посіб. / Х.Й. Роглев.* – К.: Кондор, 2005. – 408 с.

ФРОЛОВА Н.Є.,

доцент, доцент кафедри менеджменту, маркетингу і туризму
Херсонського національного технічного університету

ГАРКУША В.І.,

студентка 2 курсу магістратури факультету МЕН, управління і бізнесу
Херсонського національного технічного університету

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

В умовах політичної та економічної нестабільності в Україні більшість галузей економіки поставлено на межу виживання. Це повною мірою стосується і туристичної галузі, і готельного господарства, що зумовлено відтоком іноземних інвестицій з України, зростанням ставок кредитування, складністю їх отримання, а також зростанням собівартості будівництва тощо.

Сучасні умови функціонування вітчизняних підприємств готельного господарства характеризуються фінансово-економічною кризою, політичною нестабільністю, зростанням рівня невизначеності зовнішнього середовища, неспроможністю забезпечення високих результатів господарської діяльності тощо. Незважаючи на існуючі проблеми, готельне господарство залишається дієвим засобом надходження прибутків до бюджету, створення додаткових робочих місць, подальшого розвитку регіонів.

Діяльність підприємств готельного господарства повинна бути спрямована не лише на виживання в умовах конкуренції, але й на процес безперервного розвитку. Все це вимагає пошуку та застосування ефективних інструментів управління розвитком підприємства. Розкриваючи економічну сутність управління сталим розвитком підприємств готельного господарства слід звернути увагу і на її нематеріальний характер. Для готельного господарства характерно не виробництво конкретного продукту, як результату господарської діяльності, а надання особливого виду послуг. Реалізація послуг неможлива для готельних підприємств за відсутністю матеріальної складової.

Зараз світове готельне господарство нараховує близько 350 тис. комфортабельних готелів, що мають більш, ніж 14 млн. номерів (26 млн. місць). При цьому кількість номерів за останні 20 років щорічно в середньому збільшується на 3 – 4 %, що свідчить про значну динаміку зростання засобів розміщення туристів [1, с.122].

Сучасні тенденції розвитку підприємств готельного господарства України можна охарактеризувати наступним: досягнення готельної індустрії країни є дуже скромними на тлі загальносвітової тенденції зростання сфери послуг; основний готельний фонд країни не відповідає міжнародним стандартам [2].

Дані Державної служби статистики свідчать про поступове зростання основних показників ефективності розвитку готельних підприємств України (таблиця 1). Кількість готелів у 2017 році порівняно з 2011 роком зросла на 21,9% (при тому кількість підприємств юридичних осіб зменшилась на 8,3%, а фізичних осіб-підприємців – зросла на 60,7%). Доходи від надання готельних послуг зросли на 150,4% за рахунок збільшення вартості одного ліжко-дня перебування в готелях на 94,9% та за рахунок зростання кількості розміщених осіб – на 28,5%. Середньооблікова чисельність штатних працівників зменшилась на 3,1%.

Таблиця 1

Динаміка показників розвитку підприємств готельного господарства України [3]

Роки	Кількість готелів	Кількість номерів, од.	Місткість, тис.місць	Кількість розміщених осіб, тис.	Доходи від наданих послуг (без ПДВ), тис.грн.	Середньооблікова чисельність штатних працівників, осіб
2011	1398	53641	98,209	3419,728	3268683,3	23559
2017*	1704	61311	116,769	4395,846	8184373,7	22836
Темп приросту у 2017/2011р.,%	21,9	14,3	18,9	28,5	150,4	-3,1

* Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Туристичні потоки впливають на кількісні показники діяльності підприємств готельного господарства. У 2017 р. порівняно з 2011 р. туристичний потік зменшився на 42,62%, у тому числі чисельність іноземних туристів – на 82,95%, внутрішніх туристів – на 32,12%, туристів, які виїжджали за кордон – на 9,11% [4]. Можна зробити висновок, що перспективи розвитку підприємств готельного господарства в Україні тісно переплітаються з туристичним бізнесом.

Однією з головних передумов подальшого розвитку підприємств готельного господарства є приток інвестиційних ресурсів та пошук джерел фінансування для будівництва нових підприємств і оновлення матеріально-технічної бази, яка зношена більше, ніж наполовину. В Україні до 39,8% готельних підприємств перебувають у державній та комунальній власності, що значно впливає на їх розвиток. Лише за умови приватизації підприємств готельного господарства можливо підвищити якість управління ними у цілому, та їх розвитком зокрема. Таким чином, з метою удосконалення управління розвитком підприємств готельного господарства, особливої уваги набувають дослідження реального стану їх функціонування.

Література:

1. Овчаренко Л.В. Развитие гостиничного бизнеса: современные мировые тенденции / Л.В. Овчаренко, А.В. Овчаренко // Мир человека. – 2009. – Т. 9. – № 1. – С. 120-126.
2. Innovation in hotel products and services [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.lhonline.com/green/housekeeping/innovation_hotel_products.ru
3. Колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році. Статистичний збірник. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

УАКУМЧУК D.M.,

PhD, associate professor,

associate professor of department of hotel-restaurant and tourism business

of Kherson state university

ROBOTIZATION OF HOSPITALITY ESTABLISHMENTS: PROBLEM OR DEVELOPMENT PERSPECTIVE

The modern level of technic and technology development provides meeting diverse needs of people at a new fantastic level. Every year appears new modern materials, equipment, technologies, ways and methods of application of materials, technologies, resources with new management principles.

In this context, the hospitality industry does not stay in same in place. Arises a modern energy-saving equipment, new principles of facility management, cooking technologies, automated complexes for product creation and service delivery.

Global trends in development of hotel and restaurant complexes are aimed at full automation of customer service processes, and even robotization. So it is known the use of a robot-barman in the Prague (Czech Republic), where instead of a live barman drinks are served by specialized robotics complex [1]. “Cyberdog” is the name of a unique cafe that stands out among the surrounding architecture of Prague (Fig. 1).



Fig. 1. Modern Czech robotic cafe “Cyberdog”: a – establishment exterior; b – establishment interior

The cafe looks like a fantastic dog from the movies of the future and has become a true architectural monument in the must-see list of places to visit. The doors of the “Cyberdog” cafe open with a sound that can be heard more often in fantasy films about interstellar travel. The main highlight of the establishment is a large robotic arm that is installed at the bar. It is closed by a special transparent fence to protect visitors from inadvertent contact. To make the robot a bit like a classic bartender-man, the authors added to him some human traits (human finger, eye, etc.).

The scheme of work is similar to modern restaurants or cafes. An electronic menu tablet is placed on each table. The more interesting begins after clicking “order” button.

Robot-barman instantly activates and takes glasses with big speed. Visitors think that the robot will break the dishes. However, the motion algorithms are configured in such way, that there can be no errors. With bottles of wine and other beverages, the robot is more cautious and moves at a much lower speed [1].

The “Cyberdog” robotic cafe opens in Prague in November 2018. The project was implemented by Czech sculptor David Czerny who created many art objects in Prague. Such kind cafe will be replenished with new gadgets and the project itself has become interested in several countries in Europe.

In the context of such modern cafe, the profession of a waiter or a bartender, it can disappear in the future through global robotics. According to investigation of international consulting firm McKinsey & Co, which was conducted in 2017, it could disappear from 400 to 800 million jobs due to mass robotization and informatization of hospitality establishments in the world before 2030. The study covered 46 countries and more than 800 different professions. Company experts have noted that the cause of mass unemployment can be robotization and automation of production [2]. Millions of jobs will be threatened by all countries – from developed to developing countries.

First of all, will remain out of work machine operators, fast food workers and back office staff. According to the study [2] will not save from release even a significant slowdown in the rate of robotization. With the most optimistic forecasts, about 400 million jobs will be threatened. Therefore, this problem is actual in most countries of the world.

Literature:

1. *How robots in the future will be replaced by human occupations – the history of the Czech robot bartender* [Electronic resource] – access mode: <https://www.radiosvoboda.org/a/robo-ruka/30196988.html>.
2. *The current state of occupations in the context of robotization* [Electronic resource] – access mode: <https://ideanomics.ru/articles/category/future>.

СЕКЦІЯ 13**ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО
ПРОДУКТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ****АРТЬОМОВА А.В.,**к.т.н., доцент, доцент кафедри економіки та маркетингу
Національного аерокосмічного університету
ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»**МЕТОДИКА ОЦІНКИ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ
СФЕРИ УКРАЇНИ**

У сучасних умовах ринкової економіки виникає необхідність в застосуванні найбільш сучасних методик, які дозволяють досягти максимальної ефективності та прибутковості на підприємстві. Одним з елементів такої методики є оцінювання конкурентоспроможності, яке спрямоване на виявлення чинників, що сприяють позитивній динаміці діяльності підприємства та сфери до якої відноситься це підприємство.

Збільшення обсягів міжнародних туристичних потоків та наближення нових кордонів країн-членів ЄС до України, є актуальною метою, яка потребує застосування методик оцінки конкурентоспроможності туристичної галузі України, окремих регіонів та туристичних підприємств.

Теоретико-методологічні основи міжнародної торгівлі туристичними послугами розглянуто у трудах А. Александрова, М. Біржаков, М. Жукова, В. Квартальнов, Т. Ткаченко.

Конкурентоспроможність розглядається на трьох рівнях: макрорівні, мікрорівні та мезорівні. Для предмета нашого дослідження залежно від суб'єкта туристичного ринку можна розглядати конкурентоспроможність туристичної галузі, туристичного підприємства та окремого туристичного продукту (послуги). Конкурентоспроможність продукту, за М. Книшом, – це ступінь привабливості продукту для покупця, який здійснює реальну купівлю. А. Градов розглядає конкурентоспроможність підприємства як порівняльну перевагу відносно до інших підприємств галузі всередині країни та за її межами. Н. Тарнавська визначає сутність конкурентоспроможності підприємства як «здатність у реальному масштабі часу та у перспективі формувати і використовувати систему знань, умінь і навичок спільного зі споживачем створення привабливого для нього продукту, випереджаючи за часом теперішніх і можливих конкурентів». Позитивною особливістю цього визначення, яку доцільно враховувати при тлумаченні сутнісних характеристик конкурентоспроможності туристичної галузі, є перспектива її забезпечення з використанням конкурентних переваг у складниках системи знань, умінь та навичок.

Кожен з підходів до оцінки конкурентоспроможності має певний набір факторів, за допомогою яких можна виміряти конкурентоспроможність будь-якого підприємства і зміни, що впливають на стан підприємства щодо конкуруючих з ним. Найбільш обґрунтований набір факторів наведено в роботах Артура А. Томпсона-мл і А. Дж. Стрікленд, Девіда Кревенса і Голубкова Е.П.

Голубков Є.П. пропонує для оцінки конкурентоспроможності використовувати 16 чинників результативності діяльності підприємства, які він деталізує і доповнює за рахунок факторів конкурентоспроможності продукції та ефективності маркетингової діяльності. І.М. Лифиц вважає, що конкурентоспроможність складається з восьми чинників: рівня якості; соціальної адресності; справжності; безпеки; споживчої новизни; іміджу; інформативності; ціни споживання. При цьому, найбільш значущими, виділяє тільки два фактори - якість і ціна. За теоретичними положеннями М. Портера конкурентоспроможність галузі залежить від п'яти основних конкурентних сил.

Адаптація моделі п'яти конкурентних сил до середовища і специфіки туристичного ринку дозволяє стверджувати, що найінтенсивніше і найгостріше конкуренція відбувається як результат діяльності підприємств – суб'єктів туристичної інфраструктури, тобто внаслідок внутрішньогалузевої конкуренції. Конкурентне суперництво зорієнтоване на різні цільові функції з використанням тактик, заснованих на цінній та нецінній конкуренції: досягнення певної частки на ринку; завоювання власної ніші; отримання прав на обслуговування VIP-туристів; утримання монополії на окремі туристичні продукти.

Зрозуміло, що найважливішими завданнями оцінки конкурентоспроможності туристичної галузі країни на міжнародних ринках є виявлення та аналіз зовнішніх конкурентних переваг. На основі цього можна зробити не лише висновок про рівень конкурентоспроможності, але й про доцільність і засоби підтримки галузей і сфер з найвищими конкурентними перевагами на зовнішніх ринках.

Таким чином, системний аналіз теоретико-методичних основ конкурентоспроможності туризму дозволив визначити, що поєднання ієрархічного, просторово-секторального і функціонального принципів її оцінки у комплексній багаторівневій методиці передбачає: порівняльну географічну оцінку конкурентоспроможності та конкурентних переваг туристичного співробітництва у зовнішній торгівлі; регіональний вимір обсягів, ефективності і ступеня впливу туристичного потенціалу та інфраструктури на соціально-економічний розвиток; зіставлення регіональних індексів конкурентоспроможності туристичної галузі.

Література:

1. Артемова, А.В. Совершенствование методики оценивания конкурентоспособности сетевого торгового предприятия [Текст]: сб. научн. тр. / А.В. Артемова, И.А. Чумак, М.А. Грищенко // Экономика та управління п-вами машинобуд. галузі: пробл. теорії та практики. 2014. — Харьков: № 1. — С. 85-92.

2. Метод розрахунку оптимальної надійності факторів оцінювання конкурентоспроможності підприємства / М. Г. Безпарточний, А. В. Артёмова // Проблеми системного підходу в економіці. - 2018. - Вип. 6. - С. 211-216. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2018_6_35

3. Артемова А. В., Приходько В. А. Совершенствование методики оценивания конкурентоспособности предприятия за счет процедуры определения оптимального количества факторов оценивания, с учетом необходимого порядка их интегрирования // Бизнес Информ. – 2018. – №12. – С. 156–161.

4. Реконструкция производственных мощностей, как стратегия повышения конкурентоспособности машиностроительного предприятия / А. В. Артёмова // Системы обработки информации. – 20ж14. - Вип. 2. - С. 222-227. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/soi_2014_2_47

БОНДАРЬ О.І.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н. В.В. Юрченко

EVENT - МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Індустрія туризму в Україні є потенційно важливою сферою національної економіки, тому для її розвитку потрібно перетворити традиційні послуги культурно-просвітницького виду на новий туристичний продукт, який би міг поєднати існуючі форми організації турів, екскурсій та дозвілля з атмосферою свята, отримати споживачам унікальні позитивні враження при їх активній участі. Це новий, інноваційний інструмент управління, який називають event-менеджмент.

Різні автори виділяють безліч підходів до сутності та класифікації заходів в event-менеджменті. Кожен вчений відштовхується від різних факторів і принципів, створюючи власне бачення даної проблеми.

Так, на думку Зеленської Л. event-менеджмент - це повний набір заходів для створення корпоративних та масових подій. Більше того, корпоративні заходи в основному спрямовані на зміцнення колективного духу, а масові заходи надають потужну підтримку рекламним та PR-кампаніям. Завдання event-компанії - зробити з банального заходу справді подію, про яку будуть згадувати після її закінчення [3].

До видів івенту відносять: фестивалі, карнавали, паради; конференції, форуми, симпозіуми, круглі столи; навчальна діяльність: семінари, тренінги; спортивні змагання (наприклад, Олімпійські ігри) концерти, кінопоказ, театральні вистави; ювілеї, весілля; ділові заходи: виставки, ярмарки, виставки, презентації, відкриття бізнесу, прийоми, заходи, пов'язані з просуванням бренду тощо [4].

О. Бабкін розглядає івентивний туризм як перспективний, що динамічно розвивається вид туризму з атмосферою свята, індивідуальними умовами відпочинку та незабутніми враженнями. Основна особливість івент-туризму полягає в різноманітності яскравих унікальних моментів [1].

В свою чергу С. Мельниченко розглядає івентивний туризм у вигляді івентивних заходів, які спрямовані на просування компанії, послуг, товарів і брендів за допомогою яскравих подій, що запам'ятовуються [5].

Отже, event-менеджмент - це насамперед інструмент маркетингових комунікацій. Розуміти дане поняття слід ширше, ніж просто організація заходів. Заходи event-менеджменту спрямовані не тільки на просування товарів і послуг підприємства, але і його самого. Спектр застосування інструментів event-менеджменту досить широкий, однак це перспективний напрямок, що дозволяє компаніям підвищити рівень конкурентоспроможності на ринку, імідж підприємства, збільшити прибуток і рівень лояльності клієнтів та партнерів [2].

В Україні event-менеджмент на відмінно від зарубіжних країн є не досить розвиненим. Українці мають більш прямолінійне, стандартне мислення, і тому їм важко прийняти щось радикально нове і нестандартне.

Так, у 2017–2018 роках івент-туризм в Україні поступово розвивався через появу великої кількості регіональних та місцевих заходів. Такі великі міста, як Київ, Харків, Одеса, Львів та Дніпро, проводять тематичні заходи, які приваблювали українських та іноземних туристів, досить часто організовуються соціальні, культурні та освітні події.

Наприклад, в Одеській області кількість туристів які відвідують її з офіційною метою складає 5,26% (або 1,7 тис. осіб), при цьому за видами туризму розподіл є нерівномірний: в'їзні туристи складають 3,42% (101 людина), виїзних туристів - 4,47% (1118 осіб); внутрішні туристи - 10,79% (489 осіб). Тобто спостерігається недорозвиненість офіційної, ділової та освітньої діяльності для іноземних туристів [7].

Події стали основним елементом маркетингових стратегій розвитку туризму в багатьох містах, регіонах та навіть країнах. Багато міст нашої країни активно і успішно активізують свій туристичний потенціал за допомогою проведення подієвих заходів.

Український туристичний портал «УкрТуризм» провів аналіз доступних подій та туристських запитів на події в Україні. Враховуючи отриману інформацію, було створено список найбільш відвідуваних подій, які включали:

- 1) кінофестиваль в м. Одесі;
- 2) Гуморина в м. Одесі;
- 3) «Гаврійські ігри» в Новій Каховці;
- 4) джазовий фестиваль у Коктебелі;
- 5) Національний Сорочинський ярмарок у Полтавській області;
- 6) Чорноморські ігри в Херсонській області;
- 7) фестиваль «Файне місто Тернопіль»;
- 8) КиївМузикФест;
- 9) міжнародний Гуцульський фестиваль;
- 10) столичне Автошоу;
- 11) Ліга чемпіонів УЄФА;
- 12) сучасне мистецтво в Україні від «Pinchuk art centre» у місті Києві;
- 13) «Тера Героїка» у Каменець-Подільському тощо [6].

Таким чином, event-менеджмент туристичної галузі перебуває у процесі свого активного розвитку і з кожним днем стає все більш необхідним під час планування та здійснення масштабних подій. Для подальшого розвитку івент-менеджменту необхідно:

- створити умови для взаємопроникнення зон відповідальності за події та зв'язки з громадськістю;
- збільшити ринок шляхом розширення спектру послуг, що пропонуються івент-агенціями;
- більш ретельний підхід до підбору професійного персоналу, оскільки спостерігається зростання вимог клієнтів до організації заходів, а непрофесіоналізм відображає бажання клієнтів співпрацювати з різними організаціями чи агенціями;
- сформулювати стандарти якості у сфері event-послуг.

Література:

1. Бабкін О. В. Спеціальні види туризму - Ростов-на-Дону: Фенікс, 2008. - 252 с.
2. Демідова Є. М. На порозі нової ери event-індустрії [Електронний ресурс] / Є. М. Демідова. - Event.ru. - 2016. - Режим доступу: <http://event.ru/trips/na-poroge-novoyeryi-event-industrii/>
3. Зеленська Л., Романова А. Івент-менеджмент: словник-довідник організатора заходів. К.: НАКККІМ, 2015. 84 с.
4. Карпюк О., Сингаєвська А. Event-менеджмент в туристичній галузі: світовий досвід та перспективи для України. Актуальні проблеми, сучасний стан та перспективи розвитку індустрії туризму в Україні та Польщі: матеріали дев'ятої міжнародної науково-практичної конференції / за ред. І. Саух. Житомир: ЖФ КІБІТ, 2016. С. 39–42.

5. Мельниченко С. В. Івентивний менеджмент суб'єктів туристичної діяльності / С. В. Мельниченко // Економічні науки: зб. наук. праць Луцького НТУ. Серія «Економіка та менеджмент». – 2010. – Випуск 7(26). – Ч. 2. – С. 224-232.

6. Український туристичний портал «УкрТуризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrtourism.com>.

7. Шикіна О., Олійник В. Сучасний стан та перспективи розвитку подієвого туризму на території України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. № 12. С. 460–463

БУРЯК Г.М.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к. і. н., доцент О. А. Макієнко

АНІМАЦІЙНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗЕЛЕНОГО (СІЛЬСЬКОГО) ТУРИЗМУ

Одним із актуальних напрямків організації обслуговування туристів у сільській місцевості є анімація, тобто поєднання програм обслуговування, відпочинку і дозвілля туристів, насичення цих програм ігровими елементами та шоу. Активне впровадження анімаційних програм зумовлене загостренням конкуренції між подібними за рівнем сервісу і місцезнаходженням осередками зеленого (сільського) туризму. Тому анімаційна діяльність у сфері зеленого (сільського) туризму розглядається як невід'ємна частина культурно-дозвілдової практики туризму [1].

Анімація – це напрям туристичної та курортної діяльності, який передбачає як зорову (пасивну), так і особисту участь відпочиваючих у театралізованих та ігрових програмах, культурно-розважальних та спортивних заходах. У світовій практиці туристичного та готельного бізнесу під анімаційною діяльністю розуміється цілісний процес взаємодії аніматора з туристами, в процесі якого задовольняються релаксаційно-оздоровчі, освітньо-культурні, творчі потреби та інтереси учасників цього процесу[2].

Анімаційну складову відпочинку на селі варто розглядати як одну з чільних конкурентних переваг зеленого (сільського) туризму перед іншими видами туризму. В ідеалі, відпочинок у сільській оселі має бути насичений не менш розмаїтою анімаційною програмою, ніж відпочинок у курортному будинку відпочинку чи санаторії. Оскільки сфера розваг, задовольняючи духовні потреби людини, робить її щасливою, а щастя, за визначенням Дж. Р. Уокера, дається тим, хто вміє добре відпочивати та розважатися [1, с. 309]. Поєднання програми туру й урізноманітнення дозвілля повинні відбуватися на основі максимального врахування інтересів туристів та активного їх включення в дійство, що дозволяє значно підвищити якість турпродукту і його сервісного забезпечення.

Анімація виступає важливою частиною сукупної діяльності в агрооселі, слугує вираженням високого ступеня її професіоналізму, є невід'ємною складовою частиною якісного туристичного продукту. Розробка та впровадження анімаційних програм у практику зеленого (сільського) туризму сприяє урізноманітненню і зростанню привабливості туристичного продукту. Це зумовлює зростання кількості постійних клієнтів, стимулює попит на відповідний турпродукт. Тож наявність якісних програм анімаційного обслуговування на підприємстві зеленого (сільського) туризму можна розглядати як своєрідний індикатор успішного просування туристичного продукту на ринку, надійну запоруку підвищення доходності та прибутковості туристичного бізнесу.

На території Херсонщини функціонує чимало підприємств зеленого (сільського) туризму, які демонструють успішні результати бізнесової діяльності. Серед них – «Зелені хутори Таврії», «Дельта Дніпра», «Чайка», «Чумацька криниця», «Казка Олешня» та ін. [3]. У більшості випадків комерційного ефекту було досягнуто завдяки активному впровадженню програм анімаційного обслуговування.

Розглянемо практику анімаційного обслуговування на прикладі бази зеленого туризму «Кемпінг «Козак» у с. Одрадокам'янка Бериславського району. Підприємство розташоване на території площею 5 га у мальовничій місцевості на березі притока Дніпра – р. Козак. Тут наявні необхідні природні та культурно-історичні ресурси для організації змістовного відпочинку, матеріально-технічна база та обслуговуючий персонал у складі 8 осіб дозволяє забезпечувати надання повного комплексу рекреаційних послуг. Але суттєвим недоліком виступає значна віддаленість бази від основних районів

туристичного попиту, що унеможливило регулярний потік відвідувачів. Задля приваблення туристів керівництво підприємства розробило календар проведення анімаційних заходів до різних державних, професійних і народних свят. Чільне місце тут займає святкування дня Івана Купала 6 липня – у розпал літнього туристичного сезону, коли на захід збирається чимало відвідувачів з Херсона та Нової Каховки. Відпочивальники беруть участь у конкурсах і змаганнях, залучаються до проведення купальських ритуалів і обрядів [4]. На базі зеленого туризму час від часу реалізуються насичені за змістом анімаційні програми для дітей із залученням професійних аніматорів [5].

Отже, анімація відіграє важливу роль в організації зеленого (сільського) туризму. Робота анімаційної служби зорієнтована на створення комфортної, дружньої і гостинної атмосфери в закладі, задоволенні потреб відвідувачів у духовно-культурному, емоційному та фізичному розвитку, формуванні умов для приємної комунікації і проведення дозвілля. Завдяки реалізації анімаційних програм підприємства зеленого (сільського) туризму демонструють більш ефективні в комерційному вимірі результати практичної діяльності.

Література:

1. Лужанська Т. Ю., Махлинець С. С., Тебляшкіна Л. І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навч. посібник. К.: Кондор, 2008. 385 с.
2. Байлік С. І., Кравець О. М. Організація анімаційних послуг в туризмі: навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2008. 197 с.
3. Херсонщина туристическая: базы, комплексы, усадьбы зеленого туризма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://khersonregion.com/bazy-otdyxa-turisticheskie-kompleksy-usadby-zelenogo-turizma/>
4. Кемпінг «Козак»: Свято Івана Купала [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/Campingkozak/posts/1016562288507764>
5. Кемпінг «Козак»: Приглашаем Вас на праздник «Лето в Козаке!» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/Campingkozak/posts/829660823864579>

ВІТЮК А.В.,

аспірант Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О.В. Орленко

ДИНАМІЧНЕ ПАКЕТУВАННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Розвиток цифрових технологій у сфері туризму впливає на трансформації бізнес-моделей туристичних підприємств. Динамічне пакетування відповідає сучасним вимогам туристів адже завдяки йому кожен турист може обрати певний набір туристичних послуг за мінімальною ціною.

Аналіз публікацій та досліджень. Питання динамічного пакетування були розглянуті у працях таких науковців: Л.В. Стахова, С.М. Філюк.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є аналіз поняття динамічне пакетування та переваг застосування технології динамічного пакетування у сфері туризму.

У сучасних умовах сфера туризму — одна із галузей, які найбільш динамічно розвиваються та разом з іншими супутніми галузями дають 10% світового ВВП, кожне десяте робоче місце зайняте у сфері туризму та сфері пов'язаній з нею, 7 % світового експорту складають надходження від індустрії туризму та 30% від експорту послуг гостинності[1]. Розвиток індустрії туризму завдячує технологічному прогресу. Незважаючи, що у 2017-2018 рр частка користувачів мережі інтернет, що користуються ноутбуками та стаціонарними комп'ютерами знизилась на 3%, кількість користувачів мережі Інтернет, що користуються смартфоном виріс на 4%[2].

В умовах розвитку технологічного прогресу та умовах конкурентної боротьби туристичні підприємства повинні використовувати інноваційні технології. Конкурентну перевагу на ринку туристичних послуг мають ті компанії які можуть запропонувати продукт який буде максимально задовольняти потреби споживачів за найнижчою ціною.

Л.В. Стахова дає таке визначення поняття: «динамічне пакетування – формування турів в реальному часі на одній платформі під запит певного користувача з актуалізацією цін та місць» [3 с. 29]

Виділимо основні переваги використання динамічного пакетування на туристичних підприємствах[4]:

1) Розширення асортименту. Завдяки комбінуванню різних варіантів перельотів, розміщення та інших туристичних послуг збільшується асортимент запропонованих продуктів у порівнянні із класичним пакетуванням. Наприклад завдяки динамічному пакетуванню можливо «зібрати» туристичний пакет з Херсону до Балі, при цьому обрати певний набір туристичних послуг. Тобто у випадках коли не можливо організувати чартерні програми.

2) Максимальне задоволення запитів споживачів. Завдяки системі фільтрів (сукупності факторів та побажань) можливо обрати потрібний набір туристичних послуг та варіантів на відміну від класичного пакетування.

3) Ціна на туристичний пакет зазвичай є нижчою ніж бронювати ці ж самі послуги, але окремо. Завдяки динамічному пакетуванню користувач отримує найвигідніші за ціною варіанти за результатом пошуку.

На нашу думку, особливої уваги заслуговує компанія GTO, які презентували свій програмний продукт на виставці WTM 2019 у Лондоні. Головна особливість цього продукту полягає у відображенні ціни з актуальністю 97-98%. Компанія працює із системою Goodwin та пропонує пакетні тури до 82 країн із вільотами із всіх міст України, де є діючий аеропорт[5].

При класичному пакетуванню туристичні оператори пропонують масові напрямки, де існує значна конкуренція. Напрями, які не користуються значним попитом можуть навіть не включатися в асортимент запропонованих пакетних турів. Динамічне пакетування дозволяє розширити сферу діяльності та стати універсальним туристичним оператором.

Висновок. Таким чином, динамічне пакетування – це формування пакетного туру на регулярних (не чартерних) авіарейсах у режимі онлайн. Головна перевага цієї технології полягає у тому, що замовник отримує не стандартний туристичний пакет, а пакет зібраний у режимі реального часу із врахуванням індивідуальних побажань. Однією з переваг використання динамічного пакетування є те, що переліт у турах здійснюється на регулярних авіарейсах, де менша кількість затримок у порівнянні із чартерними рейсами.

Отже, у зв'язку із змінами, що відбуваються на ринку туристичних послуг деякі туристичні оператори пропонують нову бізнес модель – цифровий туроператор, який працює з регулярними рейсами та «лоукост-компаніями» з великим вибором готелів та сервісів. Тобто сайт туристичного оператора – це місце де можна забронювати всі типи туристичних послуг завдяки динамічному пакетуванню. Головною особливістю такої системи є високий відсоток актуальності ціни. У зв'язку із тим, що ціни на туристичне обслуговування формуються у реальному часі завдяки чому покупець отримує актуальні ціни на момент пошуку.

Література:

1. UNWTO Tourism Highlights. 2018 Edition. URL: <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>
2. Chauhan K. E-commerce Contribution to Smartphone Shipments Reached a Record 38% in Q1 2018 // Counterpoint. 2018. 15 June. URL: <https://www.counterpointresearch.com/e-commerce-contributionsmartphone-shipments-reached-record-38-q1-2018>
3. Стахова Л.В. Преимущества использования динамического пакетирования туров для отрасли и бизнеса // Сервис plus. Т. 10. № 3. 2016. С. 28—35. DOI: 10.12737/21120/
4. Філюк С.М. Дослідження актуальності і застосування в туристичній сфері новітніх інформаційних технологій на прикладі технології динамічного пакетування // Науковий журнал “ЛОГОС. Мистецтво наукової думки” №4, Червень 2019
5. URL: <https://mastertura.com.ua/article/viewarticle/42/2155/>

старший викладач кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «ХПІ»

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ТА ВДАЛОГО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СУЧАСНИХ КРИЗОВИХ УМОВАХ

Звісно, що за будь-яких обставин людина продовжує витратити гроші на задоволення своїх “unvital” потреб. До категорії таких потреб можна віднести і прагнення людини до подорожей, оскільки за словами засновника туристичної компанії “Феєрія мандрів” І. Захаренко: “Подорож – це маленьке життя!” А за таких обставин вже змінюється і змістовне значення цієї категорії для певного прошарку населення.

Слід зазначити, що світова фінансова криза 2008 року, яка торкнулася усіх сфер життєдіяльності людей, підштовхнула розвиток туристичної галузі. Уряди багатьох країн почали приділяти більше уваги цьому сегменту ринку, оскільки саме цей сегмент здатний за відносно короткий час відновити свої позиції та приносити прибуток. “... глобальна економічна криза знизилася загальні показники динаміки розвитку туристичної сфери діяльності до рівня 2007 року. Також це дозволило молодим компаніям, які працюють у різних секторах туристичного ринку, вступити у конкурентну боротьбу практично на рівних з лідерами, які в результаті зростання глобальної фінансової кризи і, як наслідок, збільшення цін на послуги, почали втрачати своїх клієнтів. З боку держави у більшості країн світу, де туристична діяльність приносить значну частку прибутку до бюджету і представляє собою один з пріоритетних секторів економіки, було розроблено та запущено ряд програм, який дозволив компаніям, зайнятим у туристичній сфері, не тільки триматися на плаву, але й отримувати допомогу у вигляді пільг та інвестицій” [1].

Щодо діяльності самих туристичних компаній, одним з пріоритетних напрямків розвитку є формування та впровадження інноваційного туристичного продукту. У науковій літературі наводиться визначення терміну «туристичний продукт». “Під інноваційним туристичним продуктом мається на увазі комплекс покращених туристичних послуг, створений на основі об'єднання постачальників туристичних послуг і реалізований споживачу з ціллю отримання прибутку” [2].

Усі ідеї та світові науково-дослідницькі розробки у туристичній галузі важко перерахувати. Назвемо тільки деякі з них, які були успішно реалізовані. Наприклад, до інноваційного туристичного продукту можна віднести: «...1) розробку російською компанією “Hotel Expert” терміналів “Електронний офіс”, які дозволяють бронювати різноманітні туристичні послуги (отелі, квитки на різні заходи, екскурсії та ін.). Особливість проекту – доступність для людей з обмеженими фізичними можливостями; 2) у німецькому Магдебурзі успішно реалізується проект мешканців міста разом з кількома готелями “Мої гості сплять найкраще”: ... для тих, хто приїздить, мешканці міста бронюють готель зі значними знижками; 3) тюремний готель у нідерландському місті Рурмонді – готель з шикарними номерами було відкрито через кілька років після закриття в'язниці; 4) віртуальний консьєрж – розробка впроваджена у 12 готелях Великобританії: спілкування з роботом здійснюється через мобільний додаток за допомогою голосових команд або тексту (допомога клієнтам у виборі номеру, консультації стосовно готелю, додаткових послуг та ін.); 5) кінотуризм – організація екскурсійних турів по місцях знімання відомих фільмів. Після виходу фільму «Код да Вінчі» французький Лувр відвідала рекордна кількість людей. Туристичні фірми розробляють маршрути у різних країнах, роблять карти, виводять рейтинги турів за популярністю фільмів та ін.; 6) онлайн-реєстрація у аеропортах (вперше розпочала застосовувати цю технологію американська компанія Alaska Airlines); 7) пересувні готелі на колесах по країні – новий і вже популярний вид відпочинку у Європі та Америці (німецький «Ротель» – декілька готелів у «Мерседес-Бенцах», потяг-готель у ретро-стилі на Алясці, підводний готель «Jules' Undersea Lodge» у США та ін.); 8) екотуризм (різновиди екотуризму: історичний, науковий, проживання у сільській місцевості, серед природи та ін.); 9) віртуальні музеї – музеї з різноманітними інтерактивними можливостями» [3]. Різноманітність туристичного продукту дійсно вражає.

А вже від креативності менеджерів компанії, від фінансового ресурсу самої туристичної компанії та від бажання власників інвестувати капітал у просування свого продукту на ринку туристичних послуг з метою отримання прибутку на перспективу та діяти на свій ризик буде залежати успіх самого інноваційного продукту. Одним з інструментаріїв для вдалого впровадження інноваційного туристичного продукту (комплексу послуг) на ринку туристичних послуг можна вважати застосування логістичного менеджменту у діяльності туристичної компанії, завдяки якому послуга, що надається, перейде для нового клієнта із категорії “unvital” потреб до категорії “vital” потреб. Це сприятиме як задоволенню потреб самого клієнта, так і довготривалому існуванню інноваційного туристичного продукту на ринку туристичних послуг, а також сприятиме розвитку діяльності туристичної компанії навіть у кризові часи.

Література:

1. Белоусов Д.С. Туризм и глобальный экономический кризис в зеркале СМИ // [Электронный ресурс] – режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/belousov.htm

2. Калитвинцева М.В. Инновационная деятельность в туризме: понятийный аппарат и особенности развития // [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnaya-deyatelnost-v-turizme-ponyatiynyy-apparat-i-osobennosti-razvitiya-1>

3. Применение инноваций в сфере туризма // [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://viafuture.ru/katalog-idej/innovatsii-v-turizme>

ГУЗАР І.,

студентка Національного університету «Львівська політехніка»

Науковий керівник: к.е.н. О. В. Музиченко-Козловська

ПРИВАБЛИВІСТЬ БРЕНДУ М. ЛЬВІВ ДЛЯ ТУРИСТІВ

Бренд міста розглядають як сукупність усталених цінностей, що відображають неповторні оригінальні споживчі характеристики даного міста і спільноти, які широко відомі, отримали суспільне визнання і користуються стабільним попитом споживачів.

Брендинг необхідний всім містам. Міста, що мають відомий і ефективний бренд, повинні дбати про збереження та підтримку його належного «звучання» в інформаційному просторі. Маловідомі й недостатньо привабливі для туристів території, що хочуть стати туристичними центрами, повинні проводити активну політику щодо формування та просування своїх брендів.

Обране десять років тому гасло «Львів – відкритий для світу» відіграло свою роль: під цим слоганом місто перетворилось на один із туристичних центрів України. Потік туристів і з України, і з-за кордону постійно зростає

До найбільш згадуваних брендів Львова належить образ багатоетнічного міста (гіди обов'язково показують Вірменську, Руську, Староєврейську вулиці), міста кави, солодощів і цукерень [1].

У другій половині 20 ст., Львів отримав славу «бандерівського міста». Цей бренд сприймається неоднозначно, як і позитивний, так і різко негативний. Багато туристів з інших куточків країни боялись сюди їхати і розмовляли тут російською (вважали, що це небезпечно).

Для українського туриста Львів – це Європа. Для європейського – це зовсім інша Європа, ще не така глянцева, така, що має справжність. Європейський турист, який до нас приїжджає зараз, має відвагу відвідати країну, де йде війна, і розуміє, що це пострадянська країна, але шукає тут справжності [2].

Львівщину відвідують туристи більш ніж із 100 країн світу. Найбільше туристів з Польщі, Білорусії, Латвії, Російської Федерації, Німеччини, США, Канади, Великобританії, Данії, Франції, Азербайджану, Австрії, Італії, Ізраїлю, Угорщини.

Гостям Львова подобаються самостійні прогулянки містом та посиденьки у кав'ярнях і ресторанах. Окрім того, вони залюбки відвідують музеї, галереї, виставки та торгово-розважальні центри.

Найчастіше подорожують з друзями (43,5%). Іноземці також надають перевагу самостійним поїздкам (29,5%), а українці - сімейним (35,4%).

Туристи у Львові люблять випити кави та поїсти щось смачного в затишній атмосфері (72,5%), прогулятися історичним центром міста (66,9%) й відвідати культурні заклади та події (57,7%).

Львів – це місто культури, культурна столиця України, місто творчості. Тут багато творять успішні люди, наприклад, художники-ілюстратори зі студії «Аграфка», яка отримує міжнародні нагороди за ілюстрації до книг.

Львів – це місто ремісників, мануфактур, власної справи [3].

Туристичний потенціал Львова зростає. Із показником 2,7 млн туристів (80 місце) Львів обійшов такі міста як Тель-Авів, Франкфурт, Стокгольм, Ніцца, Ріо-де-Жанейро, Абу-Дабі, Порту, Доха.

За минулий рік кількість пасажирів у Львівському аеропорту зросла на 57%. Тепер свої послуги надають два міжнародні лоукостери, кількість рейсів на рік становить приблизно 16 тисяч.

У місті Лева кожен будинок, квартал, провулок дихають історією. Вони зберігають пам'ять про те, що відбулося багато століть тому. Та найперше у списку, що треба побачити, приїхавши сюди – це площа Ринок, ратуша, оперний театр, Італійський дворик, вірменський квартал, палац Потоцьких, каплиця Боїмів, Високий замок, Личаківський цвинтар, ринок “Вернісаж” [4].

Для відвідувачів у місті відкриті двері понад 40 музеїв. Серед них: Львівський історичний музей, другий за розмірами історичний музей України. У Львові діє більше 20 художніх галерей, найвідомішими з-поміж яких є «Дзига», «Зелена канапа», «Сливка», «Музей ідей» та інші. Львів є найважливішим діловим центром Західної України. Львові працює 219 великих промислових підприємств, понад 40 комерційних банків, 4 біржі, 13 інвестиційних компаній, 80 страхових організацій, 24 лізингові фірми, 77 аудиторських фірм, майже 9 тисяч малих підприємств [5].

Неповторність та різноманітність рекреаційних ресурсів регіону, а також унікальна історико-культурна спадщина створюють усі можливості для задоволення пізнавальних, лікувальних, спортивних і духовних потреб туристів, та сприяють бажанню досліджувати більше.

Література:

1. Бренд Львова - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://zaxid.net/brend_lvova_n1044566
2. Індекс бренду міста - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5286953/page:5/>
3. Маркетинг території: Яким є бренд Львова - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ivoemisto.tv/news/marketing_terytoriy_yakym_ie_brend_lvova_74107.html
4. Місце Львівщини на ринку туристичних послуг України - [Електронний ресурс].
5. Львів відкритий для туристів - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://map.lviv.ua/statti/lviv_open.html

ГУНЬКО Д.П.,

студент 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к. і. н., доцент О. А. Макієнко

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ У ВЕЛОТУРИЗМІ

Останнім часом велосипедний туризм стає все більш популярним видом відпочинку. Зростання його популярності пов'язане із загальною модою на здоровий спосіб життя, оскільки веломандрування є одним з найбільш екологічних і корисних для здоров'я видів туризму. Водночас велосипед дозволяє туристам швидше пересуватися в просторі, ніж, наприклад, під час піших походів (трекінг). Велотуризм приваблює можливістю повноцінного відпочинку на природі, дозволяє завжди перебувати в гарній спортивній формі.

Велосипедний туризм – подорожі на велосипеді, один з видів спортивного туризму – масового та популярного спорту [1]. Це популярний вид активного відпочинку, що має безліч різновидів: від невеликих прогулянок та екскурсій до складних велосипедних подорожей.

Класичний (традиційний) велосипедний туризм – це одноденні або багатоденні велопоходи в середньому і повільному темпі, що передбачають експлуатацію велосипеда в режимі помірних навантажень. Маршрут може бути різної протяжності і практично в будь-якому регіоні України або світу.

За оцінкою фахівців, велотуризм на туристичному ринку може стати досить перспективним напрямком, оскільки має низку переваг перед іншими видами туризму.

По-перше, для туриста такий варіант проведення відпочинку є комплексним, тому що дозволяє задовольнити не тільки пізнавальну потребу, а й розвинути фізичну форму.

По-друге, велотуризм – найпростіший, недорогий і ефективний спосіб подорожувати країною або за її межами. Веломаршрути, як правило, не вимагають значних грошових витрат, а також спеціальної підготовки.

По-третє, велотуризм є екологічно чистим видом туризму, що не завдає шкоди навколишньому середовищу і не виробляє шуму та вібрацій.

По-четверте, з медичної точки зору подорож на велосипеді – хороший тренінг вестибулярного апарату, який координує ходу і рівновагу, а також чудове аеробне навантаження.

По-п'яте, велотуризм – це всесезонний вид туризму. У велопоходи можна ходити як влітку, так і навесні, восени і навіть взимку.

По-шосте, для велосипедного туризму немає недосяжних місць. Він відповідає таким параметрам, як всюдихідність і мобільність.

На Херсонщині нині велосипедний туризм демонструє ознаки впевненого розвитку. На місцевому рівні започатковуються велопаради й велосипедні змагання різних рівнів, які проводяться задля привернення уваги місцевої влади та громадян до проблем веломандрівників. У зв'язку з цим постає питання про облаштування відповідної інфраструктури, розробку спеціальних маршрутів, їх маркування, підвищення загальної культури учасників дорожнього руху, вивчення та задоволення спеціальних потреб велосипедистів.

У Херсонській області активними організаторами велотуризму є громадська організація «Велохерсон» [2], клуб активного відпочинку «Mandry» [3], соціальний проект «Мандруймо Херсонщиною» [4]. Основною метою організацій є популяризація серед мешканців та гостей регіону інтересу до активного і здорового способу життя через залучення її до заняття активними видами спорту, активної соціальної і творчої діяльності. Діяльність організацій «Велохерсон» та «Мандруймо Херсонщиною» має соціальний характер, а клубу «Mandry» – комерційний.

У більшості наявних велотурів наголос традиційно робиться на спортивно-оздоровчому компоненті. Втім, найбільш перспективним та інноваційним напрямом слід вважати розвиток їх пізнавальної складової. Як приклад подібного урізноманітнення мети подорожування можна навести велотури соціального проекту «Мандруймо Херсонщиною» – до сіл Садове, Станіслав, Тягинка, Дніпровське та ін. Так, тематичний велотур «У пошуках долини Героса», крім отримання його учасниками оздоровчого ефекту, дозволяє розширити їх краєзнавчий кругозір, поповнити знання з географії, історії, етнографії, культури Херсонщини. Веломандрівники дізнаються про життя та побут стародавніх греків, скіфів, козаків, знайомляться з історією родини Комстадіусів і залишками їх родового маєтку в с. Садовому.

Отже, загалом велосипедний туризм у Херсонській області має гарні перспективи розвитку за умови обмеження впливу стримуючих факторів. Нагальною потребою сьогодення є подолання явищ стихійності та самоплинності у веломандруванні через залучення до цієї галузі професіоналів туристичної справи. Розробка та реалізація повноцінних велосипедних турів сприятиме підвищенню туристичної привабливості нашого регіону.

Література:

1. Дурович А. *Активный туризм: современное состояние и перспективы развития*. М.: Нове знання, 2017. 103 с.
2. Громадська організація "Велохерсон" [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.facebook.com/bikekherson.ngo/>
3. Клуб активного відпочинку "Mandry" [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.facebook.com/mandry.ks>
4. Соціальний проект "Мандруймо Херсонщиною" [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.facebook.com/proekttourism/>

СИСТЕМА ЕФЕКТІВ ВІД ПРОВАДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Нині за умов, коли виникають загострення в економічній, соціальній та політичній сферах, особливої уваги набуває стан здоров'я людини та населення країни загалом, що породжує потреби, які задовольняються рекреаційною діяльністю у вигляді надання рекреаційних послуг. Процес становлення та розвитку туризму як форми туристичної діяльності має позитивний вплив, що спрямований на задоволення важливих потреб людини – відпочинок та оздоровлення, які сприяють покращенню фізичного та психологічного стану людини.

Проблемам розвитку туристичної діяльності на різних рівнях присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, а саме: В. Гоблика, Л. Гонтражевської, В. Кифяка, О. Любіцевої, М. Мальської, І. Твердохлібова, Т. Ткаченко, С. Цьохли, В. Шаптала, М. Школи та ін.

Туристична діяльність на етапі розвитку набуває рис складної та багатокомпонентної системи, що здійснює вплив на понад 40 видів економічної діяльності та формує низку ефектів, які проявляються на мікро-, мезо- і макрорівнях, а саме:

- соціальні ефекти - пізнання людиною навколишнього світу, відновлення сил, втрачених у ході виконання роботи; створення робочих місць у туристичній та суміжних сферах - підвищення освітньо-культурного розвитку населення самопізнання, зростання зайнятості, підвищення добробуту населення країни;

- медичні ефекти - зниження захворюваності, профілактика та реабілітація людини - оздоровлення населення, подовження середнього віку населення, підвищення працездатності населення;

- екологічні ефекти - раціональність використання рекреаційних ресурсів у процесі оздоровлення людини - охорона та збереження навколишнього середовища;

- економічні ефекти - вирішення економічних проблем регіону та країни: створення нових робочих місць, збільшення надходжень до місцевих, регіональних та державного бюджетів, розвиток інших видів

- економічної діяльності - зростання валютних та податкових надходжень, збільшення ВВП, підвищення попиту на товари національного виробництва.

Сукупність означених ефектів уможлиблює партнерська взаємодія суб'єктів туристичної діяльності, зокрема у межах кластерних утворень, на формування і функціонування яких спрямоване державно-приватне партнерство. Так, туристичні кластери активізують інноваційний розвиток туристичної сфери загалом та підвищення туристичної привабливості регіонів країни в умовах сьогодення.

Отже, видове різноманіття і динамізм розвитку рекреаційної діяльності у контексті урізноманітнення потреб людини обумовлюють зростання попиту на туристичні послуги національному та міжнародному ринках. Водночас ринковий механізм не здатен ефективно регулювати розвиток туристичної діяльності, оскільки у цій сфері знаходять прояв усі дисфункції ринку (неефективність конкуренції, виробництво товарів суспільного споживання, наявність екстерналій, неповні ринки, асиметричність інформації, безробіття, інфляція, дисбаланс). Це відображає наявність низки соціальних ефектів від надання і споживання туристичних послуг, що актуалізує необхідність формування ефективного механізму державного регулювання туристичної діяльності.

Література:

1. Бобирева О. В. *Управління діяльністю рекреаційних підприємств* : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. К., 2003. 182 с.

2. Давидова О. Г. *Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід* // *Ефективна економіка*. 2012. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1480> (дата звернення: 11.10.2019)..

3. Ткаченко Т. *Методичний інструктаж комплексної оцінки туристично-ресурсного потенціалу України* // *Географія та туризм* : наук. зб. 2017. Вип. 40. С. 40-50.

4. Щепанський Е. В. Механізм державного антикризового управління в туристично-рекреаційній сфері України. *Університетські наукові записки. Часопис Хмельницьк. ун-ту управління та права.* 2015. № 1. С. 284–292.

ДЕМЕНТЄВА Т.В.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О. В. Орленко

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Останніми роками в результаті глобалізації, наслідками якої є стирання кордонів між країнами, у світі сформувався особливий туристичний потік – люди, які їдуть за лікуванням за кордон – і з кожним роком цей потік стає дедалі більшим. Нині вартість тих чи інших медичних послуг у різних країнах світу не є однаковою, що цілком логічно, враховуючи стан розвитку національних економік, демографічну та соціальну ситуації, які складаються в країні тощо. Зростання вартості лікування в розвинених країнах стимулювало появу додаткової вимоги: якісне лікування за низькими цінами і яскраві враження від відвідин нової країни. Висока вартість медобслуговування в розвинених країнах світу стала серйозною проблемою не тільки для пацієнтів, але і для їхніх роботодавців, соціальних фондів, страхових систем і держав. Водночас Україна, маючи репутацію постачальника медичних послуг з хорошим співвідношенням ціна-якість, може стати перспективним напрямком розвитку медичного туризму в Європі та світі. У першу чергу, це відноситься до послуг стоматології, офтальмології, МРТ-діагностики. Багато туристів цілеспрямовано приїжджають в Україну в пошуках унікальних видів лікування – наприклад, стовбуровими клітинами. Отже, в останні 10 років з цілком зрозумілих причин у світі сформувалася справжня індустрія медичного туризму. Ці обставини і зумовили вибір теми дослідження і написання статті.

Медичний туризм в світі продовжує глобалізуватися і стрімко набирати обертів. За даними ВООЗ, до 2022 року туризмі сфера охорони здоров'я (спільно) стануть однією з визначальних світових галузей.

Виділяють чотири основних спонукальних мотиву медичного туризму:

- нижча вартість лікування та діагностики в іншій країні;
- більш сучасні медичні технології за кордоном;
- висококваліфікована медична допомога і сервіс;
- часовий фактор (при довгому очікуванні медичного лікування в своїй країні).

У провідних країнах з високим рівнем медицини прибуток від в'їзного оздоровчого та лікувального туризму вимірюється сотнями мільйонів доларів щорічно і вносить вагомий вклад у поповнення бюджету країни. В останні роки медичний туризм, включаючи як лікування, так і діагностику та реабілітацію, становить близько 2% світового ВВП.

Медичний туризм є різновидом спеціалізованого туризму, коли турист отримує комплекс діагностичних, лікувальних, реабілітаційних та профілактичних заходів, що виконуються спеціально підготовленим персоналом в спеціалізованих медичних та лікувально-оздоровчих установах. Таким чином, метою цього виду туризму є комплексне або часткове обстеження, проведення різних видів лікування (медикаментозного, немедикаментозного, хірургічного), профілактики, оздоровлення чи реабілітації [1]. Умовно виділяють два основні напрямки медичного туризму.

Перший – це виїзд на лікування пацієнтів з багатих економічно розвинених країн в треті країни з більш дешевою вартістю медичних послуг.

Другий – це виїзд з відносно бідних країн з невисокими рівнями надання медичної допомоги в країни з високим рівнем розвитку медичної галузі. У останньому випадку пацієнти мають можливість отримати медичні послуги, які переважно є недоступними або малодоступними на батьківщині.

Таким чином, у разі відсутності можливості для вирішення медичної проблеми у своїй країні, пацієнт може обрати країну та медичну установу, де йому зможуть запропонувати сучасне і своєчасне надання необхідних медичних послуг [3]. Сьогодні в світі вже існує сформований глобальний ринок медичних та оздоровчих послуг в рамках медичного туризму [4]. Завдяки цьому ця галузь продовжує стрімко розвиватися і має все більший вплив на національні системи охорони здоров'я у багатьох

країнах світу, а також на діяльність низки страхових компаній, які віддають перевагу оплачувати медичні послуги своїх клієнтів в закордонних клініках [4].

Незважаючи на існуючі конкурентні переваги, на шляху розвитку медичного туризму в Україні існують серйозні обмеження та проблеми, що потребують вирішення в найкоротші строки. Підвищити кількість клієнтів і, відповідно, доходи від цього сектору, можливо лише за умови застосування державою і медичними установами комплексу цілеспрямованих дій. Так, медичні установи України, що є учасникам інфраструктури медичного туризму, повинні забезпечувати якість послуг, що надаються, та проводити ефективну маркетингову, рекламну політику по відношенню до зарубіжних суб'єктів господарювання та громадянам, що є потенціальними користувачами послуг цього різновиду туризму. У сучасних умовах існує необхідність удосконалення українського законодавства в сфері медичного туризму, а також трансплантології та приватної медичної практики в цілому.

Література:

1. Бабкин А.В. *Специальные виды туризма. Учебное пособие.* Феникс, 2008–252 с.
2. Баєв В.В. *Сучасні тенденції розвитку медичного туризму в Україні* / В. В. Баєв // *Агросвіт.* – 2015. – № 7. – С. 35–38 *Економіка. Управління. Інновації. Випуск № 4 (19), 2016 ISSN 2410-3748 Полстяной А. О.*
3. Діденко К. Д. *Медичний туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку* / К. Д. Діденко, В. Г. Жученко. // *Науковий вісник Херсонського державного університету.* – 2016. – №16. – С. 101–105.
4. Лукьянчук Е. *Пациенты без границ* / Е. Лукьянчук. // *Аптека.* – 2017. – №47. – С. 18–19. 5. Марченко О. Г. *Мировой медицинский туризм смещается в страны АТР* / О. Г. Марченко // *Современные проблемы науки и образования.* – 2013. – №6. – С. 2.

ДЗЮБА А.В.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н. В.В. Юрченко

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сьогодення українські туристичні підприємства швидко розвиваються і конкурують між собою. В свою чергу це дає поштовх керівникам туристичних підприємств освоювати, приймати та застосовувати сучасні технології та методи управління, одним з яких є брендинг. На сьогодні брендинг – не просто логотип, а ціла платформа на ринку туристичних послуг, за якою тебе асоціюють, впізнають, знаходять. Саме тому актуальними є поняття розгляду застосування брендингу туристичними підприємствами.

Розквіт ідеї туристичного брендингу припав на другу половину двадцятого століття, і пов'язане це було з цілком природними причинами: появою на ринку великої кількості схожих туристичних продуктів. Розвиток технології дуже сильно вплинув на людське суспільство, тому сьогодні процедура брендингу турфірми спирається на розуміння потреб і очікувань своїх споживачів, базується на місії і стратегії туристичного підприємства, стаючи досить широким поняттям [1].

У маркетингу поняття брендингу розглядається як сукупність інформації, що презентують компанію чи окремий продукт, послугу, тобто інформація бренду може містити назву, логотип, товарний знак, візуальні елементи приналежності до компанії чи послуги, що викликатимуть у споживачів позитивні асоціації із продуктом, послугою чи самою компанією [6].

Ю.О. Карягін сприймав туристичний бренд як послідовний набір функціональних, емоційних обіцянок цільовому споживачу, які є унікальними, важко імітованими і відповідають його потребам [4].

Зокрема, в енциклопедії брендів дається таке визначення: «Бренд – це імідж компанії, доповнена багатьма допоміжними елементами торгова марка компанії, проекція торгової марки на масову свідомість» [3].

І.В. Безуглий та І.Б. Рябов визначили туристичний бренд як сформована у свідомості споживача послуг відпочинку сукупність уявлень, асоціацій, думок щодо пропозиції видів послуг, їх якості..., які впливають на мотивацію туристів відвідати країну» [2].

Отже, провівши аналіз теоретичних підходів до визначення поняття, вважаємо, що туристичний бренд – це комплекс маркетингових елементів, застосування, планування, просування та використання яких формують позитивне сприйняття торгової марки чи послуги, створюють проекцію якості

продукції та її відмінностей від конкурентів у масовій свідомості з метою впливу на мотивацію туристів щодо придбання послуг та підвищення прибутків за рахунок формування додаткової вартості.

Створити туристичний бренд можна в будь-якій сфері, причому туристичним брендом стає не тільки туристичний продукт, який пропонує туристична фірма, але й сама місцевість, країна або курорт як такий. Позиціонування, фокусування, сегментація і обіцянка - це основа стратегії туристичного бренду, який в майбутньому допоможе вивести продукт брендингу на провідні позиції [5].

Для туристичних підприємств питання формування позитивного бренду є вкрай важливим, враховуючи значну їх кількість на туристичному ринку України. Одним із чинників, що впливає на конкурентну позицію є кількість суб'єктів туристичної діяльності. Так, у 2018 році питома вага туристичних агенств у загальній кількості суб'єктів туристичної діяльності України склала 67,2 %, туристичних операторів – 28,6 %, суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність – 4,2 % [1].

Позитивне враження від отриманих послуг формують не тільки туристичні агенства, а, в першу чергу, туристичні оператори, які створюють туристичний продукт, реалізують його та надають туристичну послугу. Таким чином, за споживача конкуренцію ведуть не просто підприємства, а їх бренди.

Враховуючи ступінь розвитку туристичного бізнесу в цілому та підприємств зокрема, актуальним залишається моделювання бренду з урахуванням галузевої специфіки.

Процес моделювання бренду складається з певних послідовних етапів:

- дослідження ринку туристичних послуг та його конкурентного середовища;
- вивчення потреб споживачів та їх вимог щодо існуючих брендів;
- визначення стратегій бренду;
- створення ідеї бренду;
- вибір назви товару;
- маркетинговий аналіз;
- попереднє тестування;
- бренд повинен бути невід'ємною частиною туристичного підприємства і завершальним у

формуванні свого позитивного іміджу у свідомості споживачів.

Отже, брендинг на сьогодні потужний маркетинговий інструмент, за допомогою якого туристичні підприємства позиціонують себе на ринку та просувають свої послуги. До основних переваг брендингу належить змога отримувати більший прибуток, захист виробника при роботі з партнерами, ідентифікація туристичної компанії і полегшення вибору туристичного продукту та виходу на ринок.

Література:

1. Армстронг Г., Котлер Ф. *Основы маркетинга* / Пер. с англ. 9-е изд. М.: Вильямс, 2003. 1200 с.
2. Безуглий І.В. *Наукові аспекти формування рекреаційно-туристичного бренду України* / І.В. Безуглий, І.Б. Рябов // *Науковий вісник ЧДІЕУ*. – № 3(19). (2013). – С. 148-157.
3. *Енциклопедія брендів [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <http://www.brandreport.ru/chto-takoebrend>.
4. Карягін Ю.О. *Маркетинг турпродукту* / Ю.О. Карягін, З.І. Тимошенко, Демура Т.О. та ін.; за ред. Г.Б. Мунін, О.О. Гаца. – К. : Кондор, 2009. – 394 с.
5. Темпорал П. *Эффективный бренд-менеджмент*. СПб.: Нева, 2003. 320 с.
6. *Що таке бренд і брендинг? [Електронний ресурс]* // *Консалтинг в Україні*. – 2013 р. – Режим доступу: <http://consulting-ua.com/scho-take-brend-i-brendynh>.

ДУБРОВНА М.І.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О.В. Орленко

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА СФЕРИ ТУРИЗМУ

Управління - це економічна категорія, яка представляє особливу форму відносин, що впливають на процеси, об'єкт чи систему, аби зберегти її стійкість, або перевести в інший стан відповідно до поставлених цілей[3]. Головним завданням управління людськими ресурсами, є ефективне використання здібностей співробітників відповідно до цілей підприємства і суспільства в цілому. Управління людським потенціалом є один із найважливішим елементом менеджменту туристичної фірми, а вибір певного індивідуального методу управління персоналом на підприємстві є

позитивним фактором його загальної діяльності. Економічний персонал є головним ресурсом підприємств туристичного бізнесу, від ефективності використання якого залежать результати їх діяльності й конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг.

Підприємства сфери туризму більшості країн світу у свої діяльності мають проблеми, пов'язані з управлінням персоналом:

- низький рівень заробітної плати, нестача кваліфікованої робочої сили.
- незручний графік роботи;
- використання періодичної сезонної зайнятості;
- надмірна залежність від неформальних методів вербування персоналу;
- відсутність свідочств використання практики управління персоналом;
- високий рівень плинності робочої сили;

В основі управління підприємствами слід розглядати функції управління як особливі види діяльності. До загальних функцій управління відносяться такі: планування, організація, регулювання, координування, стимулювання, контроль. Спеціальні функції управління поділяються на дві підгрупи: конкретні і специфічні. Управління конкретними аспектами виробництва здійснюються за допомогою таких функцій: підготовка виробництва, нормування ресурсів, забезпечення ресурсів, фінансове забезпечення, технічне обслуговування, внутрівиробничий облік, інформаційне забезпечення, господарське обслуговування, оперативна діяльність. До специфічних функцій управління, які пов'язані з процесами прийняття управлінських рішень, з організацією процесу управління відносяться такі функції: підготовка рішення; координація виконання рішення; контроль за виконанням прийнятих рішень; виконання рішень [2].

Усі процеси із проектування, забезпечення та збереження якості туристичного продукту мають бути об'єднані в систему управління якістю. При управлінні якістю комплексної туристичної послуги безпосередніми об'єктами 5 управління виступають процеси, що зумовлюють якість кожної послуги. Розробка управлінських рішень щодо визначення показників, які обумовлюють надання якісного туристичного продукту, розглядається як важлива складова програми управління якістю туристичних послуг.[1] Отже, для результативного управління персоналу необхідно обов'язково брати до уваги психофізичні фактори, гігієнічні умови, а також задовільний рівень охорони праці. Для вдосконалення розумових навичок робітників треба впроваджувати курси підвищення кваліфікації саме на специфіку сфери послуг.

Література:

1. Виханський О.С., Наумов А.І. Менеджмент: Вищу школу, 2014. – 402 с.
2. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.3. / С.В. Мочерний; - К.: Видавничий центр «Академія», 2002. - 952 с.
3. Пічугіна Т.С., Гончаров С.О. Мотиваційний менеджмент в управлінні туристичною фірмою // Збірник наукових праць ХДУХТ «Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг». - 2008. - Випуск 2(8), частина 2. - 159-163с .

КАМІНЬСЬКА О.О.,

студентка 1 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О.В. Орленко

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

В умовах глобалізації ринкової економіки вирішального значення набуває конкуренція. Кінцева мета будь-якого підприємства – перемога в конкурентній боротьбі. Перемога виступає як підсумок постійних і грамотних зусиль туристичних підприємств. Досягається вона чи ні – залежить від конкурентоспроможності туристичного продукту (послуг), тобто від того, наскільки він (вони) кращі в порівнянні з аналогами інших підприємств сфери туризму.

Розглядаючи суть поняття конкуренції у туристичній сфері, необхідно враховувати специфіку цієї діяльності. На відміну від товарних ринків, основним предметом обміну на туристичному ринку є послуги, що досягають 80-85% усього обсягу продажів на цих ринках у країнах з розвинутою економікою.

Суттєвими специфічними ознаками послуг в туризмі є:

- нематеріальний характер,
- залежність від підприємств туристичної індустрії,
- нездатність до зберігання,
- висока вартість,
- залежність від наявності рентних переваг,
- висока замінність їх складу та асортименту.

Крім того, на практиці існують труднощі у проведенні безпосередньої оцінки інтенсивності конкуренції в туризмі тому, реально можливим є її визначення на основі оцінки контрольованих наслідків відносин, що виявляються через розподіл часток ринку між конкурентами, темпами росту туристичного ринку та його рентабельністю.

Дослідження теоретичних та практичних основ визначення і оцінки конкурентоспроможності в туризмі становить необхідну передумову формування та реалізації конкурентних стратегій у контексті адаптивного стратегічного планування. Результативність даного процесу у першу чергу залежить від якості розроблених альтернативних стратегій, такі як: атакуюча, атакуюча-оборонна, оборонна. Вони, в свою чергу, є основним елементом процесу стратегічного планування розвитку діяльності туристичного підприємства в умовах непередбачуваних змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

У цих випадках, туристичному підприємству доводиться не просто спеціалізувати виробництво й розробляти такі виробничі системи, що одночасно відповідали б різноманітним маркетинговим вимогам і при цьому зберігали б свою конкурентоспроможність. Такий підхід визначає актуальність розробки та реалізації стратегії конкурентоспроможності діяльності туристичного підприємства. Вона значно ширше стратегії управління якістю туристичного продукту (послуг), оскільки вимагає встановлення певного комплексу маркетингових завдань, орієнтованих на дослідження ринків і тих сегментів ринку, у яких передбачається реалізація цих послуг.

Деякі наукові дослідники проводять порівняння між поняттям конкурентоспроможності та стійкості підприємства. Так, поширеною є точка зору, відповідно до якої конкурентоспроможність є елементом або передумовою загальної стійкості функціонування підприємства.

Але, слід зазначити, що ці категорії мають і спільні, і відмінні риси, оскільки поняття «конкурентоспроможність туристичного підприємства» більш широке поняття, ніж його стійка робота в умовах ринкової економіки. Стійка робота декількох підприємств з рівними конкурентними перевагами не може забезпечити жодному з них більшу конкурентоспроможність, оскільки з метою забезпечення створення нових конкурентних переваг туристичне підприємство має пристосовувати своє внутрішнє середовище до зовнішніх факторів. Крім того, конкурентоспроможність та стійка діяльність туристичного підприємства на пряму залежить від якості. Яка, у свою чергу, є гарантією успіху та конкурентоспроможності туристичних підприємств в умовах ринку. Висока якість дозволяє уникнути цінової конкуренції і максимізувати доходи.

Таким чином, основними заходами щодо розвитку діяльності туристичних підприємств в умовах конкуренції можуть бути: поліпшення іміджу за рахунок покращення якості туристичного продукту (послуг) та додаткової реклами; підвищення обсягів виробництва (продажів) за рахунок стимулювання праці власних працівників відділів продажів та маркетингу; розширення збутової мережі за рахунок пошуку нових партнерів і запровадження технологічних інновацій; розробка інноваційних програм (турів); модифікація цінової політики за рахунок встановлення знижок.

Література:

1. Агафонова Л.Г. Визначення конкурентоспроможності туристичного продукту // *Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (25-26 жовтня 2006 р., м. Київ) / Відп. ред. А.А. Мазаракі. – К.: КТЕУ, 2000. – С. 430-434.*
2. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. *Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2002. – 358 с.*
3. Азоев Г.Л. *Конкуренція: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.*
4. Глудкин О.П., Гуров А.И., Зорин Ю.В. и др. *Всеобщее управление качеством: Учебн. Для вузов. – М.: Горячая линия-телеком, 2001. – 610 с.*

студентка 4 курсу Донецького національного університету
економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Науковий керівник: к.е.н. О. А. Ніколайчук

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ ДЛЯ УМОВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

Сьогодні в Україні туризм стає одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки держави. Від стану туристичної діяльності залежить добробут країни і навпаки. Однак туристичний бізнес стикається з багатьма перешкодами для здійснення якісних туристичних подорожей в країні та за її межами. З одного боку, ними стають: недостатня економічна підтримка бізнесу з боку держави, брак інвестиційних коштів на розбудову туристичної інфраструктури, слабка законодавча база в сфері туризму. З іншого боку, це неякісний сервіс, незначна інформаційна забезпеченість населення та ненадійна транспортна інфраструктура.

Саме розвиток транспортної інфраструктури наразі є однією з найактуальніших проблем в Україні. Найбільшої уваги заслуговують проблеми авіаперевезень, зважаючи на їх роль для обслуговування виїзних туристичних поїздок, які наразі в Україні є найбільш затребуваними.

Аналіз кількості діючих авіакомпаній показав, що з 2017 року в Україні діє 32 вітчизняні авіакомпанії (18 з яких здійснюють пасажирські перельоти), тоді як в 2011 році їх було 76. Їх зменшення зафіксовано з 2014 року, коли через ситуацію на сході України більшість вітчизняних авіакомпаній припинили свою діяльність. В період 2014-2015 рр. на внутрішньому ринку діяло лише 5 авіакомпаній, а скорочення кількості польотів склало 35 % порівняно з минулими роками. Це стало викликом для авіакомпаній у їх перевірки витримки у несприятливих ситуаціях, яку вони гідно пройшли. Починаючи з 2016 року кількість пасажирських польотів провідних вітчизняних авіакомпаній збільшилася на 27,5%.

Регулярні міжнародні рейси між Україною та 43-ма країнами світу з 2017 року здійснюють 10 вітчизняних авіакомпаній та 29 іноземних авіакомпаній. Станом на 2019 рік найбільшими аеропортами в Україні є «Бориспіль», «Київ», «Львів», «Одеса», «Харків», «Запоріжжя» «Дніпро», «Чернівці» та інші. Повітряними воротами України, зокрема її столиці, є Бориспільський аеропорт. А до нових іноземних авіакомпаній, що співпрацюють з Україною відносяться: «Qatar Airways» з Катару, «Ernest SpA» з Італії та «Kish Air» з Ірану. Наявність в Україні представників іноземних авіакомпаній свідчить з одного боку, що Україна розвинута як транзитна держава та є привабливою для туристів, а з іншого, що вітчизняні авіакомпанії не готові забезпечувати перевезення на далекі відстані [2].

На сьогоднішній день основною проблемою авіаційного транспорту в Україні є його монополізація. Через це в країні встановлюються занадто високі ціни на квитки порівняно навіть з європейськими державами. Зараз виїзні перельоти коштують дешевше, ніж внутрішні перельоти між областями України.

Але в Україні, окрім звичайних авіакомпаній, існують малобюджетні авіакомпанії, які називаються low-cost. Основною метою цих компаній є зниження витрат на обслуговування літаків за допомогою закупівлі одноманітних літаків, які не потребують великої кількості персоналу для їх ремонту. Головною перевагою цих авіакомпаній є низька вартість квитків, що дає змогу подорожувати низько бюджетним туристам, та найбільшим недоліком такого виду трансферу є те, що турист не може взяти з собою велику кількість речей, лише найнеобхідніше, що унеможливає переліт на тривалий час до іншої країни. Також в low-cost компаніях відсутні місця бізнес-класу [1].

Окрім проблеми монополізації ринку в Україні, існує й ряд інших вагомих проблем авіазабезпечення таких як: застарілі літаки; мала кількість кваліфікованого персоналу; технічні можливості вітчизняних аеропортів не відповідають міжнародним вимогам; недостатня підтримка з боку держави у технологічному забезпеченні аеропортів; відсутність державної програми щодо створення нового авіаційного транспорту, велика кількість податків та формальностей при здійсненні авіаперевезень; перевантаженість повітряного простору тощо [3].

Для подолання наявних проблем та зміцнення конкурентних переваг вітчизняних авіакомпаній необхідно покращити технічну забезпеченість авіаперевізників, залучити кошти для розбудови нових аеропортів та створення нових ринків перевезення. Потрібна активна участь держави у створенні міжнародних консорціумів, реалізації механізмів державно-приватного партнерства, формуванні

можливостей для створення нових високотехнічних літаків всередині держави, залученні іноземних фахівців для перевірки стандартів якості перевезень, зменшенні монополізації ринку авіаперевезень за рахунок ефективного проведення антимонопольної політики та збільшення конкуренції між авіакомпаніями, створенні сприятливих умов для малого та середнього бізнесу з авіаперевезень в країні.

Література:

1. Гричкоєдова М. В. Дослідження діяльності низькобюджетних авіакомпаній на ринку авіаперевезень України / М.В. Гричкоєдова, М. А. Руденський // Проблеми національної та регіональної економіки: Журнал «Економічний простір». - 2018. – № 139 – С. 55 – 65
2. Мних О.Б. Взаємодія факторів розвитку конкурентного ринку авіаперевезень і маркетингової діяльності авіакомпаній / О.Б. Мних // Проблеми системного підходу в економіці: збірник наукових праць. – 2018. - Випуск № 3(65) – С. 87-91
3. Радченко О.А. Проблеми та напрями розвитку ринку авіаційних перевезень України / О.А. Радченко, І.В. Островська, Н.В. Моїсєєва // Проблеми системного підходу в економіці: збірник наукових праць 2018. - Випуск № 4(66) – С. 21-26

Климчук І.Я.,

студент 2 курсу магістратури інституту природничих наук і туризму
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

Науковий керівник: к.геогр.н., доцент О.В. Побігун

ПРОПОЗИЦІЇ РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО ІННОВАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ ДЛЯ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Актуальність даної розробки зумовлена відсутністю на ринку конкурентоспроможного туристичного інтернет порталу Івано-Франківської області, який би включав новітні інтернет напрацювання, новітній дизайн, інтуїтивно зрозумілий функціонал, туристичні маршрути, рейтинги популярних закладів харчування і розміщення, календар подій, локалізовану систему Блалбакар і КаучСерфінг, туристичні статті, ексклюзивні екскурсії і розроблені маршрути. Саме перелічені вище елементи буде містити пропонований туристичний інтернет портал, а також буде охоплювати складову частку інтернет простору в соціальних мережах у вигляді груп і сторінок.

Очікувані результати полягають в наступному:

- 1) кількість сторінок індексації туристичного інтернет порталу в пошукових системах більше 1000 сторінок;
- 2) близько 5-15 тисяч щоденних унікальних відвідувачів;
- 3) щомісячний дохід від реклами усіх видів (VIP статуси в рейтингах, контекстна реклама Google, пряма реклама, інтегрована в рекламні статті і фонові реклами) 10 000 – 50 000 гривень;
- 4) наявність команди порталу – 2 чоловік (модератор, адміністратор).

На виконання розробки планується 3 місяці. А саме:

- 1 місяць на розробку технічної складової сайту (макет, дизайн, функціонал);
- 1 місяць на наповнення сайту (рейтинги, форум, статті, новини, події, екскурсії і маршрути);
- 2 місяці, в які включено наповнення сайту і паралельно рекламна кампанія.

Платформа WordPress, яка буде використовуватися, заслужено є однією з найпопулярніших і поширених CMS. Так, стандартний блог можна створити підключенням всього декількох модулів, а зручність навігаційного меню і легкість налаштувань дає можливість адаптувати Web-сайт під конкретні завдання. В даний час для WordPress існує понад 13 тисяч безкоштовних модулів, крім того Web-сайти, розроблені на цій платформі, займають гарні позиції в ведучих пошукових системах [1, 2].

Головними етапами розробки інтернет порталу є:

Розробка структури сайту:

- визначення початкових даних для сайту;
- визначення вимог до зовнішнього вигляду і функціональності;
- формування структури сайту - розділів меню;

Розробка концепції дизайну:

- створення дізайн-макета головної сторінки сайту;

- затвердження концепції дизайну - макету головної сторінки;
- створення внутрішніх сторінок сайту і визначення змін в дизайні до внутрішніх сторінок; Html-верстка, дизайн і створення внутрішніх сторінок;
- розробка наповнення внутрішніх сторінок;
- розробка додаткових сторінок (карта сайту, результати пошуку і т.п.);
- оптимізація зображень;

Програмування:

- визначення завдань програмування;
- розробка структури баз даних;
- написання скриптів адміністрування.

Вимоги до контенту сайту досить прості: контент сайту повинен бути написаний простою, зрозумілою мовою, орієнтований на туристів, гостей міста і області та місцевих мешканців.

Краще доручити створення контенту професійним копірайтерам, таким чином, можна захистити свій сайт від неякісних, згенерованих програмами текстів. Оптимізація контенту необхідна для того, щоб сайт підіймався в результатах пошуку по запитах на ключові слова. Оптимізатори допрацьовують контент написаний копірайтерами, і в результаті скорочуються витрати на платну рекламу в пошукових системах.

Пропонована інноваційна розробка допоможе в популяризації культурної і туристичної сфери міста Івано-Франківська і області в цілому. Покращить доступність Івано-Франківської області для туристів і активних мешканців.

Література:

1. Кузнєцов М., Симдянов І. Голишев С. РНР 5. Практика створення Web-сайтів/ Кузнєцов М., Симдянов І. Голишев С.// – Київ. - 2007.- 235 с.
2. Лецев Д. Створення інтерактивного Web-сайту/ Лецев Д. //Навчальний курс. – С.-Пб.- 2003.- 158 с.

КНИГА Я.Р.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О.В. Орленко

РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ У СВІТІ

Екологічний туризм являє собою найбільш перспективний вид туризму в Україні завдяки різноманітності циклів туристичних занять: пізнавальних, розважальних, оздоровчих, постійний контакт з природою у поєднанні з низькими затратами на відпочинок. Головним принципом екологічного туризму виступає свідоме подорож природним середовищем, збереження цілісності екосистем.

Екотуризм охоплює різні види туризму: краєзнавчий, відпочинковий, пригодницький та ін. за умови, що особа, яка бере участь в екологічному турі, свідомо не втручається у природні екосистеми, виражаючи повагу до навколишнього середовища і культури місцевих мешканців, а її туристичні видатки поповнюють фонди охорони природи та місцевого населення [2].

Екотур має особливості, які в сукупності відрізняють його від масового туризму. Подорож до природних територій здійснюється невеликими групами. Мотивація туристів, полягає у потребі спілкування з природою, прагненні отримати естетичне і моральне задоволення від неї, побачити унікальні ландшафти. Крім того, екотуризм передбачає певну екологічну освіту в комплексі з глибоким пізнанням пам'яток природи, архітектури, культурних особливостей місцевого населення [2].

Екологічний туризм є ефективним засобом економічного і соціального відродження територій України. Індустрія екотуризму виконує важливі функції у розвитку господарського комплексу й економіки країни, регіону, області.: наповнює місцеві доходи; створює нові робочі місця, що орієнтовані на виробництво екотуристських послуг; розвиває соціальну і виробничу інфраструктуру в туристських центрах [3].

Основними завданнями екологічного туризму є:

- а) використання переважно природних ресурсів;
- б) не завдавати шкоди щодо середовища існування;
- в) економічна ефективність;
- г) збереження об'єктів місцевої соціокультурної сфери[1].

Основні властивості екологічного туризму такі.

По-перше, екологічний туризм – це подорожі відвідування збережених належним чином природних територій, представлених у всьому світі здебільшого національними та природними парками, що охороняються.

По-друге, він передбачає дотримання жорстких правил поведінки для туристів, що являється запорукою розвитку галузі.

По-третє, екологічний туризм поєднує відпочинок, розваги й екологічну освіту для мандрівників [4].

Україна володіє багатими екотуристичними ресурсами, використання яких, сприяє інтенсифікації розвитку інфраструктури та територіальній організації екотуристичної діяльності.

На даний час в Україні існує - 5 популярних напрямів екотуризму.

1. Херсонська область. Херсонщина омивається двома морями: Чорним і Азовським. Тут розташована найбільша в Європі Олешківська пустеля. А ще є два безлюдні острови — Джарилгач і Бірючий. Що одне з найдивовижніших місць в Україні — біосферний заповідник Асканія-Нова — ботанічний сад, зоологічний парк і відкрита територія степів площею близько 110 кв. км.

2. Подільські Товтри — справжнє природне диво, залишки узбережних рифів, які розтягнулися вздовж берегової лінії. Територія Товтр містить прекрасні туристичні місця з живописним видом на річки Дністер, Збруч, Смотрич та Бакотську затоку.

3. Карпати. Карпатські гори майже повністю вкриті незайманими лісами. Тут розташоване містичне озеро Синевир у Карпатах теж є заповідники, природні та ландшафтні парки. Краса Карпат полягає в тому, що зовсім поруч розміщені Львів, Івано-Франківськ, Галич.

4. Каньйони Миколаївської області. У долинах річки Південний Буг та її приток розташувалися кілька скелястих каньйонів. Миколаївські каньйони — ідеальне місце для екстремального відпочинку.

5. Дніпровські береги в Черкаській області. Ця територія — дуже важлива історична й географічна частина України, де є дніпровські скелясті береги, Букський каньйон, Канівський державний природний заповідник. Але не тільки природна краса може зацікавити туристів. У Черкаській області є автентичні села й міста, які можна назвати культурними скарбами. Наприклад, парк «Софіївка» — найкращий ландшафтний дизайн початку XIX ст. Ще одним туристичним центром Черкаської області є Чернеча гора, яка є частиною Шевченківського національного заповідника на березі Дніпра.

Література:

1. Шумлянська Н. В. Екотуризм як форма долучення до природної та культурної спадщини [Електронний ресурс] / Н. В. Шумлянська // *Культура України*. – 2014. – Вип. 47. – Режим доступу: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/kultura47/15.pdf>

2. Українська асоціація активного та екологічного туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uaeta.org/ua/tourism/17>

3. Білецька Г. А. Розвиток екотуризму як засіб економічного зростання Хмельницької області / Г. А. Білецька // *Вісник Хмельницького національного університету*. – 2010. – №10. – Т. 2. – С. 245–247.

4. Луцька Н. І. Маркетингова інноваційна стратегія розвитку туристичного бізнесу. Інвестиції: практика та досвід / Н. І. Луцька, І. З. Криховський. – 2009. – №6. – С. 27–30.

ЛОЖКИНА А.А.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.і.н., ст. викладач Є.С. Сидорович

ТЕМАТИЧНА ЕКСКУРСІЯ ЗА ТУРИСТИЧНИМ МАРШРУТОМ «САДИБА КНЯЗЯ ТРУБЦЕЦЬКОГО»

Індустрія тематичного туризму є галуззю, яка динамічно розвивається в наш час і створює значну кількість робочих місць. Крім того, події грають іншу важливу роль – культурний розвиток, зміцнення національних та релігійних ідей, наукова пропаганда та духовний відпочинок. Найбільш привабливою частиною подій є те, що вони ніколи не бувають однаковими, тому кожен турист прагне відвідати захід самостійно, щоб повністю зануритися в цей унікальний досвід [1].

Туристичний потенціал Херсонщини складається з інвестиційних ресурсів, історико-культурної спадщини, інфраструктурної облаштованості галузі, інформаційного супроводу, інтелектуального капіталу, подій та іміджевих заходів [2].

На території нашої області налічується 5749 об'єктів культурної спадщини, в тому числі пам'яток археології - 3418; історії - 2259; мистецтва - 72. Із зазначеної кількості – 35 пам'яток національного значення: археології - 29; історії - 3; мистецтва – 3 [4].

Херсонська область має можливість для розвитку тематичних екскурсій та може увійти до найбільш розвинутих у туристичному відношенні регіонів Європи. Тому пропонується туристичний маршрут на тему «Садиба князя Трубецького». Цей маршрут розрахований на студентські групи (18-25 років) та дорослу цільову аудиторію (25-60 років). У ході проведення туристичної подорожі планується відвідати такі туристичні та рекреаційні ресурси, як Виноробне господарство князя П.М. Трубецького, «степові водоспади», «Вежу Вітовта», місце розташування турецької фортеці Тягин, старий залізний міст в Тягинці тощо.

Автобусна екскурсія покликана ознайомити учасників туру з природними об'єктами правобережжя Херсонської області, винними льохами князя Трубецького, створити позитивний туристичний імідж регіону.

Місця відвідування тематичної екскурсії на тему «Садиба князя Трубецького» є унікальними завдяки своїй історії, архітектурно-культурній цінності, тому можуть зацікавити туристів. Тим паче, що, наприклад, «степові водоспади» сьогодні залишаються маловідомими навіть серед мешканців міста Херсон.

Маршрут створений в рамках реалізації соціального проекту «Мандруймо Херсонщиною» Херсонської обласної організації Національної спілки краєзнавців України [3] та діяльності студентської проблемної групи «Актуальні проблеми розвитку туристичного краєзнавства на Півдні України».

Пропонуємо також такі напрямки для розвитку тематичного туризму на території Херсонської області:

- розробити актуальний календар подій, які могли б зацікавити туристів;
- фінансування витрат, пов'язаних з маркетинговими заходами та організацією подій;
- шляхом економічних механізмів, стимулювати туристичні підприємства до розробки туристичних продуктів на основі подієвого туризму;
- підготовка кадрів для координації та реалізації турів.

Література:

1. Герасименко В. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В. Герасименко. – Одеса: Астропринт, 2016. – 334 с.
2. Географія Херсонщини: Навчальний посібник / Під ред. І. Пилипенка, Д. Пальчикової. – Херсон, 2007. – 307 с.
3. Соціальний проект «Мандруймо Херсонщиною» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://travel.ks.ua/about-us/>
4. Український туристичний портал «УкрТуризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrtourism.com>.

Лозович І.С.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент В.В. Юрченко

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Стан розвитку та формування туристичних підприємств в Україні ускладнюється впливом негативних чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, що здійснюють демотивацію персоналу до праці, внаслідок чого знижуються обсяги прибутку, рентабельність і продуктивність. Тому усі ці проблеми розвитку мотивації персоналу на туристичних підприємствах пропонується згрупувати за причинно-наслідковим критерієм. До причинних проблем відносять ті, що безпосередньо формуються у внутрішньому мотиваційному середовищі та впливають на мотивацію

персоналу, до наслідкових – проблеми, які впливають на якість праці персоналу, та системні - результат демотивації персоналу.

В економічній літературі поняття «мотивація персоналу» трактується неоднаково. Так, Е. Мол, розглядаючи менеджмент персоналу, визначає його як «тип управління, в якому віддається пріоритет мотивації ділової поведінки, діяльності, відношенням над адмініструванням і жорстким контролем» [2].

В свою чергу американський учений Р. Дарт розглядає мотивацію як сили, що існують усередині людини або поза нею, і які збуджують у ній ентузіазм і завзятість за виконання певних дій [2].

Мотивація, за визначенням Н. Дряхлова і Є. Купріянова, — це спонукання людей до активної діяльності, процес свідомого вибору людиною певної лінії поведінки, яка ґрунтується на внутрішніх і зовнішніх факторах або, іншими словами, на мотивах і стимулах.

Мотивація – це сукупність рушійних сил, які спонукують людину до виконання дій. Ці сили можуть мати як зовнішнє, так і внутрішнє походження і змушувати людину свідомо чи несвідомо робити ті чи інші вчинки [1].

Мотивація також пов'язана з іншими поняттями управління таким як персонал. Персонал - це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної роботи. Персонал підприємства формується та змінюється під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників. До внутрішніх належать: технологія й організація виробництва туристичного продукту. До зовнішніх - демографічні процеси, юридичні та моральні норми суспільства, характер ринку праці тощо.

Мотивування персоналу являє собою процес формування такого психологічного стану людини, який зумовлює її поведінку, здійснює установку до діяльності, спрямовує і активізує її. [3, с. 215].

Система мотивації управлінського персоналу підприємства повинна відповідати таким принципам:

- гнучкості - здатність до оперативного реагування на зміну зовнішніх і внутрішніх умов функціонування;
- відповідності - встановлення такого рівня мотивації персоналу, який відповідає кількості, якості та вагомості затраченої праці;
- структурованості - характеризує поділ заробітної плати на частини, кожна з яких є відображенням особистого вкладу працівника в досягнення поточних, кінцевих і віддалених результатів діяльності підприємства;
- відкритості системи мотивації персоналу - прозорість та інформаційна доступність для кожного працівника [4].

Основними методами мотивування персоналу в сучасних умовах є:

- грошові виплати за виконання поставлених цілей;
- покарання - це недопущення дій з боку працівника, які можуть принести шкоду фірмі;
- соціальна політика - наданням працівникам додаткових пільг;
- нематеріальні стимули (письмова подяка керівництва та);
- професійне навчання - можливість розвитку особистісних якостей і отримання спеціальних знань, які відкривають широкі перспективи;
- кар'єрне зростання - стимул працювати старанно, виконувати свої обов'язки якісно та оперативно [5, с. 213-215].

Отже, найвища майстерність керівника – досконало розібратися в людині, зрозуміти, що вона любить. Таким чином можна стверджувати, що мотивація може здійснюватися не тільки за рахунок грошової винагороди за роботу і кар'єрного зросту, а й за допомогою інших факторів впливу на працівника.

Література:

1. Колот А.М. Мотивація персоналу: [Підручник] / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. – 337 с.
2. Степанцова Ю.М. Мотивація персоналу та важливість її вимірювання на вітчизняних підприємствах / Ю.М. Степанцова // Сталій розвиток економіки. – № 3. – 2012. – С. 106-108.
3. Кибанов А. Я., Баткаева И. А., Митрофанова Е. А., Ловчева М. В. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. М.: ИНФРА-М, – 2009, 524 с.
4. Харченко Т. О., Сиза А. Д. Особливості формування кадрового потенціалу в організаціях медичної сфери обслуговування України / Т. О. Харченко, А. Д. Сиза // Електронне наукове фахове видання "Східна Європа: економіка, бізнес та управління" - Випуск № 6(11). – 2017.

МАКІЄНКО О.А.,к. і. н., доцент кафедри
готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Херсонського державного університету

МІФОДИЗАЙН ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Туристична діяльність виступає важливим фактором соціально-економічного розвитку регіонів. Туристично-привабливі території спроможні генерувати потужні туристичні потоки, отримуючи значні надходження коштів від реалізації свого потенціалу, залучаючи інвестиції у розбудову виробничої і соціальної інфраструктури, забезпечуючи стале функціонування господарського комплексу, сприяючи зростанню якості життя місцевого населення.

Кожна туристична територія (дестинація) – унікальний набір можливостей, які за умови розробки та впровадження ефективної моделі управління туристичною діяльністю можуть гарантувати стійкий позитивний соціально-економічний ефект.

Сучасний маркетинговий підхід до управління туристичною дестинацією передбачає її розгляд як інтегрованого комплексного продукту, що реалізується на ринку туристичних послуг. Під цим кутом зору дестинація постає не лише як локалізована географічна територія з певним набором туристичних атракцій, а як «результат попиту туристів на певні відчуття і здатності акторів дестинації задовольнити ці потреби» [1, с. 16]. Звідси туристичні перспективи території залежатимуть від формування високоякісного територіального туристичного продукту, його позиціонування та просування з використанням сучасних маркетингових технологій.

Нині туристична дестинація вже фактично ідентифікується не адміністративними кордонами, а через бренд місця, сформований у свідомості туриста імідж, що забезпечують упізнання дестинації, слугують підтвердженням якості її турпродукту, впливають на мотивацію потенційних споживачів.

Формування успішних територіальних брендів – запорука популярності дестинацій у середовищі туристів. За визначенням спеціалістів бренд-менеджменту, «добрий, «розкручений» бренд – це завжди меседж, який містить чарівну історію про унікальні якості певного товару, що виступає як магічний артефакт (чарівна паличка, жива вода, скатертину-самобранка), володіння яким здатне реалізувати очікування (мрії, надії) споживача, відкрити йому двері в царство мрії» [2, с. 37]. Тож сучасні бренди набувають рис соціальних міфів, а брендинг стає прикладною культурологією міфотворчості.

Ефективним засобом конструювання бренду туристичних дестинацій слугують технології міфодизайну. У сфері маркетингових комунікацій міфодизайн виступає в якості специфічної соціокультурної технології з проектування сучасних міфів, які сприймаються споживачами як реальність їх життєвого світу, завдяки використанню архетипічних та інших міфологічних структур при створенні та поширенні певних повідомлень масової комунікації [3, с. 89]. Міф – це базисне колективне уявлення будь-якого типу суспільства, його вплив на суспільну поведінку виявляється в побутуванні феномену міфологічного мислення. Звідси технології міфодизайну, торкаючись ірраціональної сфери буття, глибинних шарів людської свідомості, стають зручним засобом трансляції смислів, впливають на масову поведінку їх потенційних споживачів. Використання інструментарію соціальної міфології та риторики багато в чому визначає ефективність маркетингових комунікацій.

До базових прийомів, які застосовуються в технології міфодизайну, можна віднести: 1. Використання архетипів людського мислення, міфологічної аргументації, образного мовлення; 2. Дуалістичний характер (амбівалентність) конструювання повідомлень; 3. Застосування технологій управління споживчими запитами [3, с. 86-88].

Бренд як один з провідних елементів утворення іміджу туристичної дестинації складається з сукупності уявлень споживача про її продукт. Він зв'язує між собою реальний об'єкт та відчуття, що виникають у людей після його сприйняття, транслюючи споживачеві символічну, семантичну та ін. інформацію про туристичну дестинацію. Необхідність створення успішних брендів туристичних територій, які б формували у потенційних споживачів стійку туристичну мотивацію, зумовлює активне застосування технологій міфодизайну – так зване «туристичне легендування».

Під туристичною легендою (міфом) розуміють керований динамічний комплекс маркетингової інформації, розроблений на основі наявних туристичних ресурсів території, природних і культурних ландшафтів, що продукує образи географічного простору з метою досягнення конкурентної переваги, залучення до дестинації потенційних туристів і набуття нею статусу бранда [4, с. 106]. Метою туристичного легендування є створення умов формування системи образів, які ефективно засвоюються сучасними туристами, задля вирішення регіональних управлінських завдань, пов'язаних із розвитком туризму на певній території.

Підготовлена на основі принципів брендингу туристична легенда, швидко засвоюється цільовою аудиторією споживачів. Водночас важливо пам'ятати, що об'єктивність і правдивість є головною опорою брендингу території. У процесі туристичного легендування мають бути збалансовані реальність та сприйняття дестинації споживачами. Чим більшими є сформовані внаслідок маркетингової активності очікування туристів, тим небезпечнішими для дестинації стають наслідки їх розчарування. Звідси справедливим здається виділення двох типів туристичних міфів: 1. Міфи, що виражають культурний досвід населення території (дух місця), та 2. Міфи-містифікації, які спираються на спотворення дійсності, виступають продуктом маніпуляції масовою свідомістю [5, с. 57-58]. Перші виступають потужними драйверами зростання туристичної привабливості території, другі, навпаки, перешкоджають адекватному сприйняттю туристами дестинації. Міфи-містифікації потребують наукового спростування, вони мають бути усунуті на периферію туристичної діяльності.

Херсонщина належить до регіонів України із динамічно зростаючими обсягами в'їзного туристопотоку, інтерес до цієї території туристів є тривалим і стійким. Ухвалена в грудні 2018 р. «Програма розвитку туризму та курортів у Херсонській області на 2019 – 2021 роки» проголосила туристичну галузь стратегічним вектором розвитку області, підкреслюючи наявність необхідних передумов для інтенсивного розвитку внутрішнього і в'їзного туризму [6]. Програма національних організаторів туристичної діяльності на створення конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного повноцінно репрезентувати туристично-рекреаційний потенціал регіону. У цьому процесі своє місце мають зайняти маркетингові заходи щодо просування конкретних туристичних дестинацій. Окремі з них – «Олешківські піски», «Станіславські кручі (гори)», «Лемурійське (рожеве) озеро» та ін. – останнім часом перетворилися на популярні серед туристів місця, інші ж потребують докладання серйозних маркетингових зусиль. Реалізація технологій міфодизайну може посприяти перетворенню багатьох туристичних дестинацій Херсонщини на її фірмовий продукт, своєрідну візитну картку регіону.

Отже, необхідність формування та просування сучасного туристичного продукту змушує до активного застосування соціального міфотворення. В управлінні маркетинговою діяльністю туристичної дестинації своє місце мають зайняти технології міфодизайну. Їх розумне використання дозволить підвищити рівень туристичної привабливості території.

Література:

1. Корж Н.В., Басюк Д.І. *Управління туристичними дестинаціями: підручник*. Вінниця, 2017. 322 с.
2. Тульчинский Г.Л. *Total Branding: мифодизайн постинформационного общества. Бренды и их роль в современном бизнесе и культуре*. СПб., 2013. 280 с.
3. Калиниченко С.С., Квеско Р.Б. *Мифодизайн как социокультурный феномен. Известия Томского политехнического университета*. 2009. Т. 314. №6. С. 85-89.
4. Ширинкин П.С. *Туристское легендирование как метод использования символических средств и ресурсов в развитии гуманитарного потенциала территории. Философские науки*. 2016. №4. С. 104-113.
5. Синцов А.Ю. *Мифология в туризме: опыт историко-культурологического анализа. Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств*. 2016. №1. С. 54-58.
6. *Програма розвитку туризму та курортів у Херсонській області на 2019-2021 роки*. URL: <https://visitkherson.gov.ua/regionalni-programi/programma-rozvitku-turizmu-ta-kurortiv-u-xersonskij-oblasti-na-2019-2021-roki/>

к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Львівського торговельно-економічного університету

ДЖЕРЕЛА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Туризм – один з найрозвинутіших секторів економіки у світі – на сьогодні зазнає значних змін у зв'язку із сильним зростанням ринку та переходом до інноваційних технологій обслуговування та виробництва продукту. Здатність туристичних підприємств впроваджувати інновації та адаптуватися до ринкових розробок є вирішальним для їхнього успіху, проте далеко не всі туристичні організації впроваджують нові технології, методи роботи, ноу-хау у практику діяльності, наукові дослідження інноваційних стратегій у сфері українського туризму проводяться не достатньо активно.

Інновації в туризмі слід розглядати як системні заходи, які мають якісну новизну і призводять до позитивних зрушень, що забезпечує стале функціонування і розвиток галузі в регіоні. Так, ідея створення і реалізація туристичних проєктів, котрі не приносять спочатку прибутку, може дати поштовх розвитку туризму і тим самим активно сприяти створенню додаткових робочих місць і зростанню доходів населення, істотному збільшенню прибутків у майбутньому. Сфера інновацій всеосяжна, вона не лише охоплює практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, а й включає зовнішні зміни в продуктах, процесах управління організацією, маркетингових технологіях тощо.

Системний характер інновацій привертає увагу науковців (напр., [1; 2]), акцентуючи увагу на тому, що туристичні підприємства впроваджують інновації у співпраці з іншими організаціями. Співпраця з іншими підприємствами галузі і просто інноваційно розвинутими організаціями, зокрема, у межах кластерів, зв'язки із науково-дослідними установами та системами громадської підтримки були пов'язані з інноваціями та сприяють їх упровадженню у практику діяльності, тоді як деякі туристичні фірми мали активні стосунки з науково-дослідними установами.

Інновація виступає в якості явного фактора зміни, як результат діяльності, втілений у новий чи удосконалений продукт, технологічні процеси, нові послуги і нові підходи до задоволення соціальних потреб. Нововведеннями у сфері туризму можуть бути не лише нові продукти, а також нові комбінації продуктів та послуг від декількох фірм, які взаємодіють між собою. Таким чином, нововведення відбуваються не тільки на рівні підприємства, але і на рівні туристичної дестинації [3, с. 8].

Важливою особливістю інноваційних систем є обмін знаннями, який відбувається в системі. Як елемент системи, туристичні підприємства, а саме їх менеджери та спеціалісти вивчають джерела інформації, необхідної для створення та впровадження інновацій, продукують нові ідеї для використання їх в інноваційних процесах.

Клієнти (туристи) є надзвичайно важливим джерелом знань для впровадження інновацій. Клієнт, який формує попит, є також джерелом ідей стосовно майбутнього «вигляду» туристичного продукту, особливостей та якості обслуговування, що підтверджує активний зв'язок між клієнтами та інноваціями в туризмі. Навчання з досвіду клієнтів може виявитись надзвичайно цінним у збільшенні інноваційного потенціалу туристичного підприємства.

Конкурентів, партнерів, постачальників також можна вважати важливими джерелами знань для інновацій, що надає аргументи щодо системного погляду на інновації в туристичні галузі.

Основу інноваційної діяльності в усіх секторах економіки становить реалізація досягнень науково-технічного прогресу. Зазначене вище сповна відноситься і до сфери туризму. Науково-технічна революція не тільки стала матеріальною основою формування масового туризму, вона здійснила величезний вплив на інноваційну діяльність у туризмі через передові технології, до яких належать нові матеріали, мікропроцесорна техніка, засоби інформації і зв'язку, геопозиціонування, біотехнології. Туристична галузь все частіше вимагає знань на основі НДДКР для розробки пов'язаних з ними продуктів.

Інноваційний розвиток підприємств індустрії туризму – складний процес, в якому задіяні як споживачі туристичних послуг, так і державні органи управління, а також підприємства індустрії туризму та суміжних галузей. Для побудови ефективної моделі інноваційного розвитку туристичні підприємства повинні активізувати співпрацю із зовнішнім середовищем, зокрема, у межах кластерів, використовувати інформацію з різних джерел для впровадження інновацій, постійно сприяти розвитку персоналу, удосконалюючи свій кадровий потенціал.

Література:

1. Алексеева М. А. Управление инновационным малым предпринимательством сферы туризма в системном аспекте / М. А. Алексеева // Университетские чтения Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2016. – Ч. 11. – С. 122-127.
2. Edquist C. Systems of Innovation: Perspectives and Challenges / C. Edquist // The Oxford Handbook of Innovation. – Oxford : Oxford University Press, 2005. – P. 181-208.
3. Handbook of Research on Innovation in Tourism Industries / Ed. by G. A. Alsos, D. Eide, E. L. Madsen. – Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2014. – 384 p.

Момот Н.С.,

студентка 2 курсу магістратури факультету програмної інженерії та бізнесу
Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ»

Науковий керівник: к.т.н., доцент А.В. Артьомова

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Туристична сфера з кожним роком зазнає все більшого розвитку і поряд з цим зростає необхідність у підвищенні конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту до міжнародного рівня. Однак, наявний туристичний потенціал держави використовується нерационально та не в повному обсязі.

Вивченням специфіки туристичної сфери в умовах вітчизняної економіки займався безліч науковців. Найбільш характерні дослідження проведені О. В. Апілат, Р. І. Балашова, Н. М. Бондар, С. С. Галасюк, О. О. Колесник, Н. І. Конішева, А. О. Мавріна, І. О. Сидоренко, Т. І. Ткаченко та ін.

Актуальність діагностики конкурентних позицій туристичних підприємств зумовлена дефіцитом попиту. В умовах обмеженого попиту та наростаючої конкуренції слід очікувати, що боротьба за клієнтів найближчим часом стане дієвим стимулом розвитку пропозицій туристичних підприємств з урахуванням особливостей сегментів споживачів. Для туристичної сфери властиві ряд особливих характеристик, що потребує їх ідентифікації, адже ці особливості визначають специфіку управлінських процесів туристичних підприємств і детермінують поведінку споживачів. Для того, щоб визначитися із ціннісною базою туристичного продукту необхідно дослідити його структуру з точки зору виробника і споживача. Л. М. Шульгіна, визначає туристичний продукт для споживача як недискретний процес, протягом якого задовольняються певні потреби за певну вартість, і який сприймається як сукупність елементів, що формують загальні враження від нього [1]. З іншого боку, автор визначає для виробника туристичний продукт як комплекс товарів і послуг та умов їх придбання, які він пропонує споживачеві у межах одного туру за певну ціну з метою отримання прибутку.

У класичному розумінні виділяють три елементи структури довільного товару/послуги, що подається на трьох рівнях – продукт за задумом, продукт у реальному виконанні та продукт з підкріпленням [8].

У чотирирівневій моделі туристичного продукту константи на кожному рівні та їх оціночні ваги у розрізі сегментів споживачів є набором факторів для побудови туристичним підприємством комплексу інструментів «4Р», результатом дії якого є формування позитивного ставлення споживачів через задоволення їх запитів на вищому від конкурентів рівні. У свою чергу, рівень відповідності якості констант туристичного продукту запитам цільових сегментів ринку впливає на конкурентоздатність туристичного підприємства.

При відокремленні 14 характеристик діяльності туристичного підприємства, що формують константи туристичного продукту на кожному із вказаних рівнів: К1 – широкий асортимент вибору; К2 - високий професійний рівень персоналу, диференційовані ціни пропозицій, активне використання новації у діяльності підприємства з метою покращення рівня обслуговування споживачів, широка система знижок і бонусів для постійних клієнтів; К3 - значні витрати на іміджеву рекламу, пропозиція унікальних турів на регіональному ринку, наявність програм лояльності для споживачів, інформування клієнтів про нові пропозиції; К4 - наявність баз даних споживачів та їх постійне поповнення, наявність баз даних бізнес-партнерів та їх постійне поповнення, постійний моніторинг якості обслуговування персоналом підприємства, чітко визначена корпоративна культура підприємства, що підлягає безумовному виконанню, ретельний підбір бізнес-партнерів і контроль за виконанням їх зобов'язань.

Проведений аналіз показав, що підприємства мають можливість корегувати рівень і напрям поширення споживчих тенденцій у суспільстві за допомогою маркетингу. Підтвердженням зазначеного слугують сформульовані наступні висновки: дослідження основних підходів до розуміння сутності і структури туристичного продукту у наукових працях вказують на його багатогранність, що проявляється як специфічне поєднання у визначних пропорціях речових і неречових споживчих властивостей, необхідних для задоволення потреб туристів; комплексність туристичного продукту визначило потребу виокремити чотири його рівні, що являють собою групи характеристик продукту та відображають його матеріальну та нематеріальну цінність; у результаті досліджень праць вітчизняних і зарубіжних вчених запропоновано порядок і структуру формування конкурентоспроможного туристичного продукту; зважаючи на сильні міжгалузеві зв'язки в туризмі та велику кількість учасників технологічного процесу, визначено доцільним у ході діагностики конкурентних позицій туристичної фірми проводити оцінку діяльності контрагентів з точки зору чотирьох базових критеріїв: рівня якості діяльності; прибутковості; характеру взаємовідносин; загального соціально-економічного ефекту на рівні регіону.

Подальші дослідження полягають у розробці визначених теоретико-методологічних рекомендацій по розробці організаційно-економічного механізму формуванню поведінки споживачів на ринку товарів і послуг з метою підвищення ефективності діяльності підприємств.

Література:

1. Зінченко А. І. Туристичний продукт як важлива складова комплексу маркетингу / А. І. Зінченко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика / [відпов. ред. : проф., д-р екон. наук Є. В. Крикавський]. – Львів: В-во Львівської політехніки, 2010. - № 690. – С. 265-270..

2. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичної галузі : дис. д-ра екон. Наук : 08.06.01 / Шульгіна Людмила Михайлівна. — К., 2006. - 578 с.

МУЗИЧЕНКО-КОЗЛОВСЬКА О.,

к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій
Національного університету «Львівська політехніка»

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТВОРЕННЯ ТА ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ МІСТА ОДЕСА

Актуальність потреби формування туристичного бренду міста викликана такими чинниками: посилення конкуренції на ринку туристичних послуг, яка викликана збільшенням пропозиції; збільшення доступності туристичних дестинацій для туристів; зменшення вартості туристичних маршрутів; потребою пошуку інноваційних складових туристичного продукту для покращення туристичної привабливості тощо.

Туристичний бренд місця можна використовувати як інструмент для підвищення туристичної привабливості на основі посилення емоційного сприйняття та прихильності.

Для реалізації завдань, поставлених після удосконалення логотипу міста, розробимо відповідну модель формування стратегії просування туристичного бренду. Розглянемо детально кожен з етапів стратегії просування туристичного бренду м. Одеса.

Етап I. Оцінювання існуючого туристичного бренду міста Одеса. Першим кроком стратегічного управління брендингом може бути порівняння бренду міста Одеса та з інших міст, наприклад, з логотипом м. Львів. Огляд туристичного сайту міста Одеса показав, що бренд (логотип) міста має вигляд якоря [1]. На логотипі м. Львів зображено п'ять веж та тематичні піктограми, що відображають різноманітні події та життя міста [2]. Отже, слід удосконалити бренд м. Одеса – доповнити піктограмами, які б відображали життя міста.

Для покращення сприйняття туристичного бренду міста потрібно розробити таку стратегію його просування, у результаті якої місцеві мешканці та туристи чітко ідентифікували місцевість з-поміж інших та надавали їй перевагу.

Етап II. Визначення змісту туристичного бренду міста Одеса. Цей етап передбачає аналізування цільової аудиторії; визначення місії і цілей туристичного бренду міста. Місія туристичного бренду м. Одеса – сформувати позитивну, приємну асоціацію про нього. Цілі - збільшення кількості туристів, особливо іноземних; збільшення кількості інвестиційних коштів тощо.

Етап III. План просування туристичного бренду міста. Стратегічний план туристичного брендингу міста є узагальненням усіх попередніх етапів і може визначати один із напрямів розвитку

території, якщо туристична галузь визнана пріоритетною. Реалізація плану значною мірою залежить від впізнаваності бренда, в основі якого закладена ідея, що асоціюється з містом.

Етап IV. Реалізацію плану просування туристичного бренда міста має здійснювати група планування Управління туризму, рекреації та курортів Одеської обласної державної адміністрації, яка повинна регулярно оцінювати та контролювати результати впровадження стратегічного плану, вносити до нього корективи.

Етап V. Оцінювання ефективності бренда міста здійснюють, аналізуючи досягнення з попереднього етапу та за умови його неможливості реалізації – повернення до I-го етапу.

Результатом реалізації запропонованого стратегічного плану просування бренда міста має бути привернення оптимальної кількості туристів та інвесторів через чітку візуальну ідентифікацію, в основу якої має бути покладено національна та місцева ідентичність.

Література:

1. Туристичний сайт Одеси. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.odessatourism.org/ua>.
2. Бренд-бук м. Львів. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://westnews.info/news/Vidteper-u-Lvov-novij-brend-buk.html>.

НЕЗДОЙМІНОВ С.Г.,

к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеського національного економічного університету

ПЕТРОВА А.С.,

студентка 2 курсу магістратури факультету міжнародної економіки
Одеського національного економічного університету

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ІМІДЖУ ТУРИСТИЧНОГО ІНФОРМАЦІЙНОГО ЦЕНТРУ МІСТА ОДЕСИ

В умовах зростаючої конкуренції на регіональному ринку туристичних послуг необхідним стає впровадження маркетингових заходів щодо підвищення іміджу підприємств сфери туризму. З урахуванням головних характеристик туристичних послуг, таких як їх невідчутність, невіддільність від джерела створення, непостійність в рівні якості, одним із головних напрямків у маркетинговій діяльності туристичного підприємства є формування лояльності споживачів послуг та заходів щодо підтримки власного іміджу.

Туризм визначено одним із пріоритетних напрямків розвитку Одеського регіону. Згідно статистичним даним, лише за 2018 рік Одеський регіон відвідало понад 3.2 мільйона туристів [1]. Зростання туристичного потоку, забезпечення попиту туристів на якісні послуги потребує додаткових заходів щодо удосконалення іміджу туристичного інформаційного центру м. Одеси [2].

В науковій літературі, імідж туристичного підприємства розглядається як цілеспрямовано сформований позитивний образ туристичного підприємства, на підставі його реальних переваг над підприємствами – конкурентами щодо залучення певних груп споживачів. Серед основних факторів формування іміджу виділяють якість та характеристики туристичного продукту, відомість бренду, фірмовий стиль туристичної фірми, престижність, наявність і якість сервісних послуг, що надаються, система знижок, ціни на туристичні продукти, уявлення споживачів про заявлену місію та стратегію туристичного підприємства. Інструментами формування іміджу підприємства є фірмовий стиль, візуальні засоби, оригінал-макети, вербальні (словесні засоби) та рекламні засоби. Дослідники виділяють наступні етапи формування іміджу туристичного підприємства:

1. Визначення мети формування іміджу туристичного підприємства.
2. Визначення цільової аудиторії, вивчення її віку, роду занять тощо.
3. Розробка концепції іміджу (головні принципи, мотиви і цінності, характерні для підприємства і його послуг, а також значущі для споживача).
4. Оцінка можливостей (ресурсів) туристичного підприємства.
5. Формування, впровадження і закріплення іміджу в свідомості споживача.
6. Оцінка стану іміджу, контроль за реалізацією програми [3].

Одним з найскладніших завдань в процесі удосконалення іміджу підприємства є створення системи, що забезпечує реалізацію програми закріплення власного іміджу на туристичному ринку. З цією метою виділяють дві основні групи заходів: маркетингові та організаційні.

До групи маркетингових заходів відносять організацію прямих продажів, участь в спеціалізованих виставках і ярмарках, проведення PR - заходів, рекламування, Product Placement. Організаційні заходи, що спрямовані на підвищення іміджу та конкурентоспроможності туристичного підприємства, можна звести до наступних:

- забезпечення якісних показників, які створюють конкурентоспроможність туристичного продукту та екскурсійних послуг на ринку;
- виявлення переваг і недоліків туристичних продуктів-аналогів, які реалізуються конкурентами і відповідне використання цих результатів на туристичному підприємстві;
- вивчення досвіду конкурентів із вдосконалення аналогічних послуг, з якими вони виступають на ринку і розробка заходів, які дають переваги у порівнянні з конкурентами;
- виявлення певних можливих модифікацій туристичного продукту шляхом підвищення якості базових характеристик, таких як: надійність, безпечність, клас обслуговування, бренд постачальника послуг;
- побудова системи стимулів створення сприятливого іміджу, яка передбачає розробку психологічних, соціальних та економічних механізмів стимулювання зацікавленості персоналу у формуванні позитивного іміджу підприємства та лояльності споживачів [4; 5].

На наш погляд, удосконаленню іміджу туристичного інформаційного центру міста Одеси буде сприяти впровадження сучасних цифрових технологій: створення профілю підприємства в соціальних мережах, розміщення банерів на сайтах партнерів та ін. Одним із маркетингових інструментів є впровадження технології он-лайн бронювання «Odesa city card» - мобільної туристичної послуги, яка поєднує квитки до музеїв, зоопарку, біопарку, дельфінарію, на екскурсії та дисконтну карту на послуги ресторанів міста. Впровадження програмного продукту дає змогу споживачу замовити та придбати «Odesa city card» безпосередньо на Інтернет-сайті туристичного інформаційного центру міста Одеси та надасть підприємству додаткові конкурентні переваги як консолідуючого центру послуг основних туристичних атракцій міста.

Література:

1. Головне управління статистики в Одеській області. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
2. Офіційний сайт туристичного інформаційного центру м. Одеси [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.tic.in.ua/?lang=ru>
3. Джі Б. Імідж фірми. Планування, формування, просування. СПб.: Пітер, 2012. – 224 с.
4. Швець І. Ю. Оцінка іміджу туристського підприємства / І. Ю. Швець // Проблеми сучасної економіки. - 2005. - № 3/4 (15/16). - С. 33-37
5. Нездоймінов С.Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності екскурсійних послуг туристичних підприємств /С.Г. Нездоймінов, А.С. Петрова // Економіка та суспільство. 2018. № 15.

ОСИПОВА О.О.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.і.н., ст.викладач Є.С. Сидорович

ПІШОХІДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ «КОЗАЦЬКИЙ ТЕРЕНКУР»

Теренкур – це один із методів санаторно-курортного лікування, що поєднує в собі лікувальну фізкультуру, ландшафто- та кліматотерапію. Це піша прогулянка по спеціально розроблених маршрутах, дозована по відстані, куту нахилу місцевості та темпу ходьби. В даний час термін теренкур частіше вживають для позначення спеціально прокладених маршрутів, призначених для лікувальної ходьби.

Основними регіонами України, в яких розвинені туристичні теренкури є Західна частина України, а саме – Закарпатська, Львівська та Івано-Франківська області. Велика увага до теренкурів приділяється саме в санаторно-курортних та санаторно-лікувальних закладах. У процесі лікувальної ходьби в організмі відбувається безліч позитивних змін:

- Підвищується витривалість відносно до фізичних навантажень;

- Активно працюють понад 50% м'язів всього тіла;
- Нормалізується робота серцево-судинної системи (поліпшується кровообіг, тренується серце);
- Поліпшується робота дихальної системи;
- Прискорюється обмін речовин;
- Поліпшується розумова діяльність, підвищується стійкість до стресів;

Пішохідний маршрут «Козацький теренкур», який розроблений в рамках реалізації соціального проекту «Мандруймо Херсонщиною» Херсонської обласної організації Національної спілки краєзнавців України та діяльності студентської проблемної групи «Актуальні проблеми розвитку туристичного краєзнавства на Півдні України», може слугувати прикладом такого теренкуру.

Екскурсія розрахована на аудиторію віком від 16-ти до 60-ти років. Протяжність маршруту – 10 км. Тривалість екскурсії-теренкуру – 4 години 30 хвилин.

Метою екскурсії є:

- Дослідження географічних особливостей місцевості;
- Розширення бази знань про Херсонський край;
- Оздоровлення організму шляхом аеробних навантажень;
- Профілактика фізичного здоров'я.

Основними об'єктами та визначними пам'ятками маршруту «Козацький теренкур» є унікальна природа та ландшафт Херсонського регіону: Шилова балка, Сосновий ліс, «степові водоспади», «Вежа Вітовта», старовинний масток Трубецького.

Екскурсія «Козацький теренкур» спрямована на пізнання цікавих важкодоступних куточків Херсонщини, а завдяки дозованим аеробним навантаженням – сприяє покращенню фізичного здоров'я.

Географічне положення та ресурсна база Херсонщини забезпечують оптимальні можливості розвитку різних видів туризму, в основі яких лежить використання природних ресурсів. Серед туристично-рекреаційних ресурсів регіону для організації пішохідного туризму особливе значення мають ресурси природного походження – ландшафтні, гідрологічні, кліматичні, флоро-фауністичні.

Перспективи розвитку пішохідного туризму в Україні пов'язані з подальшим вивченням природних ресурсів та освоєнням ландшафтів країни, формуванням оптимальних умов їх туристичного використання.

Література:

1. Король О. Д. *Організація екскурсійних послуг в туризмі: Методика проведення екскурсії* / О. Д. Король. – навчально-методичний посібник. – Чернівці, 2016. – 144 с.
2. Шилько В. Г. *Физическая культура, спорт, туризм, рекреация: проблемы и перспективы развития* / В. Г. Шилько, А. В. Кабачкова. – учебник. Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2013.
3. Уілмор Д. *Фізіологія спорту і рухової активності* / Д. Уілмор, Д Костілл. – К., 1997. – 475 с.

СИРЦОВА Л.С.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О.В. Орленко

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОРНОЛИЖНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Гірськолижний туризм виступає одним з високодохідних та популярних видів туризму, що сприяє вирішенню цілого комплексу життєво важливих соціально-економічних проблем. Одним з найперспективніших умов розвитку міжнародної туристичної діяльності в Україні, є широкий потенціал санаторно-курортних регіонів. Разом з тим кожен регіон володіє значними туристськими ресурсами, унікальністю та істотною привабливістю яких створює передумови для формування внутрішньорегіонального і міжрегіонального туристського продукту. Різноманіття природних, кліматичних, ресурсних, історичних умов, що сприяють формуванню туристського продукту, стали основою для створення нових рекреаційних зон туристичного призначення, в тому числі і гірськолижних.

Гірськолижний туризм це яскраво виражений сезонний вид туризму. Великий інтерес туристи виявляють до поїздок в зимовий період в гірськолижні центри. Гірськолижний курорт зазвичай це місце відпочинку та розваг з розвинутою інфраструктурою. Зазвичай дані курорти знаходяться на горі

або великому горбі і включають в себе гірськолижні траси, гірськолижні підйомачі, пункти прокату інвентаря, заклади харчування, паркінг.

На даний час в Карпатах функціонують три основні гірськолижні курорти: Буковель, Славське та Драгобрат.

Славське знаходиться у мальовничій долині, в місці злиття двох річок — Опору і Славки, на висоті 600 м над рівнем моря, зусібіч оточене горами. Готельна інфраструктура — від приватних сільських колиб до VIP-готелів з розважальними програмами. За 2 км від центра селища височіє гора лижників — Тростян (1232 м). До крісельних доріг можна дістатися будь-яким повнопривідним транспортом, власним автомобілем. Від вершини гори, в східному, північному та західному напрямках, тягнуться траси завдовжки від 1500 до 2000 м різної складності. Діє шість трас, сертифікованих міжнародною федерацією лижного спорту, зокрема слалом-гігант та суперслалом.

Туристичний комплекс «Буковель» це найновіший та найсучасніший гірськолижний курорт в Україні. Розміщений на висоті 920 м у селищі Паляниця, Івано-Франківської області, за 30 км від відомого туристичного центру Яремче та за 110 км від Івано-Франківська. Комплекс має 14 сучасних підйомників — «витягів». Лижні траси завдовжки понад 50 км прокладені на схилах з трав'яною основою та облаштовані системами безпеки. Частина гірських схилів освітлюється, тож кататися можна і в вечірній час. На Буковелі діє лижна школа та працюють інструктори зі сноубордингу. Гірськолижні траси «Буковелю» можуть прийняти одночасно понад 30 000 туристів. Поселитися ж лижники можуть у 25 затишних чотирикімнатних котеджах з номерами люкс та напівлюкс, а також у садибах-пансіонах і готелях довколишніх сіл і містечок.

Драгобрат — найвисокогірніша гірськолижна база України. Міститься на полонині Драгобрат, Рахівського району, Закарпатської області, на висоті 1360 м над рівнем моря. Це чи не єдиний курорт Карпат, який приймає лижників з середини жовтня до середини травня. Якість же гірськолижних спусків Драгобрата відповідає олімпійським вимогам! До Драгобрата їдуть бувалі лижники. А ще — сноубордисти, бо взимку тут завжди є сніг. Основне катання відбувається на горі Стіг (1700 м) та на гірському масиві «Близнюки» (1833 м). Гірські траси, що простяглися на 10 000 км, можуть прийняти до 1000 лижників одночасно. До підніжжя гори Стіг можна дістатися лише через селище Ясеня, що за 18 км від Драгобрата. Однак не кожна машина проїде цією дорогою, тож краще на місці скористатись трансфером на повнопривідних машинах. Зі схилу гори, відкривається прекрасна панорама Говерли, Петрала й Близнюків.

Гірськолижний туризм з впевненістю можна назвати каталізатором соціально-економічного розвитку окремих територій країни, зважаючи на значний ресурсний потенціал, забезпечити збільшення кількості не лише внутрішніх, а й в'їзних туристів. Значимість та привабливість цього виду туристичної діяльності постійно зростає як у світі, так і в Україні.

Основні пріоритетні напрями діяльності щодо розвитку гірськолижного курорту України полягають в:

- удосконаленні правових засад регулювання відносин у галузі гірськолижного туризму;
- забезпеченні становлення гірськолижного туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохоченні національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії гірськолижного туризму;
- створенні умов для прискореного розвитку сфери гірськолижного туризму, в тому числі на засадах державно-приватного партнерства;
- сприянні прискореному оновленню основних фондів готелів, санаторіїв, пансіонатів, інших засобів розміщення;
- реалізації іміджевих та промоційних програм, спрямованих на формування позитивного іміджу українського гірськолижного туризму на міжнародному та внутрішньому ринку.

Література:

1. Бортников Є.Г. Пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі в Україні /Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. - 2009. - №13.-0157-163.
2. Гірськолижний туризм, [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.transcarpathiatour.com.ua>
3. Державна служба туризму і курортів України- tourism.gov.ua
4. Туристично <http://art.rk-ukraina.com/>

МЕХАНІЗМ ОРГАНІЗАЦІЇ МІСЬКИХ ЕКСКУРСІЙ

Екскурсія – відвідування визначних чим-небудь об'єктів (пам'ятники культури, музеї, підприємства, місцевість і т.д.), форма й метод придбання знань. Проводиться, як правило, колективно під керівництвом фахівця-екскурсовода [1].

Міські екскурсії проводились за туристичним маршрутом під назвою «Етнокультурна екскурсія». Екскурсії призначені для цільової аудиторії, яка поділяється на такі групи:

- вікова;
- за місцем проживання;
- складного складу учасників.

Метою є ознайомлення з основними етнокультурним пам'ятками м. Херсона, а саме з грецькими та єврейськими історичними об'єктами.

Екскурсія є одною із форм дозвілля. Наприклад, люди після роботи або у вихідний день можуть провести своє дозвілля відвідуючи екскурсію, так вони задовольняють свої духовні потреби. Більше 100 років тому територію сучасної Херсонської області населяло понад 150 національностей. Окреме місце займали представники єврейського та грецького етносу, засновуючи свої колонії, відкриваючи свої магазини в місті тощо.

Тому пропонуються нові етнокультурні екскурсія «Херсон єврейський» та «Херсон грецький» в ході якої екскурсанти зможуть дізнатися про історію єврейської та грецької громади в Херсоні, визначні місця та видатних особистостей [3]. Цей маршрут був підготовлений в рамках реалізації соціального проекту «Мандруймо Херсонщиною» Херсонської обласної організації Національної спілки краєзнавців України [2] та діяльності студентської проблемної групи «Актуальні проблеми розвитку туристичного краєзнавства на Півдні України».

«Херсон єврейський»

Екскурсія починається біля місця, де знаходилася набережна синагога, потім екскурсовод проводить екскурсантів до будівлі Синагога Хабиб. Проводиться екскурсія біля будівлі та показується внутрішня сторона синагоги.

Другий об'єкт – це єврейський духовний центр на старій головній вулиці міста - Суворовської, де була зосереджена торгове і суспільне життя, в її початку - а початок раніше було з західної її сторони, розміщувалася найстаріша синагога міста.

Третій об'єкт – Синагога «Хабад». Це - одна з найкрасивіших в архітектурно-художньому вирішенні синагог Херсона, а нині - єдина діюча. Являє собою двоповерхову цегляну будівлю прямокутна в плані, розташована з невеликим відступом від червоної лінії вулиці, в напрямку північ - південь.

Четвертий об'єкт – Єврейський театр. Розповідається про історію створення театру та огляд будівлі.

П'ятий об'єкт – Синагога Шрайбера (вул. Преображенська, 23) - архаїчна в архітектурі будівля, двосвітна. Нині наполовину перебудована.

Шостий об'єкт – Херсонське гетто в роки війни. Розповідь про створення гетто.

Сьомий об'єкт – єврейське кладовище.

Восьмий об'єкт – Прядильна синагога.

«Херсон грецький»

Першим об'єктом показу є пам'ятник Джону Говарду.

Другий об'єкт – будівля вечірніх курсів Гозадінових.

Третій об'єкт – грецька церква (Біля вулиці Соборної) – видатна пам'ятка архітектури в Херсоні, перша церква в купецькому передмісті.

Четвертий об'єкт – церква Костянтина і Олени в Грецькій церкві (Вулиця Богородицька) У 1838 році парафіянин церкви купець Сербинов влаштував на хорах теплу церкву в ім'я засновника Константинополя і храму Святої Софії імператора Костянтина і його матері Олени.

П'ятий об'єкт – пам'ятник корабелам (Проспект Ушакова, 137).

Отже, екскурсії «Херсон єврейський» та «Херсон грецький» буде проводитися відомими об'єктами міста, які пов'язані з єврейською та грецькою історіями Херсона. Екскурсанти зможуть зануритися в єврейську та грецьку культуру та ознайомитися з культурними пам'ятками.

Література:

1. Василевська Я. Туризм як один із факторів розвитку Херсонської області / Я. Василевська // Вісник Дніпропетровського національного університету. Серія «Геологія. Географія». – 2008. – №3/2. – С.80-86.
2. Соціальний проект «Мандруймо Херсонщиною» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://travel.ks.ua/about-us/>
3. Герасименко В. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В. Герасименко. – Одеса: Астропринт, 2016. – 334 с.

СУХОВЄЄВА В.В.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.е.н., доцент В.В. Юрченко

МАРКЕТИНГОВІ МЕХАНІЗМИ РОЗРОБКИ БРЕНДА ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

В сучасних умовах трансформації виникає необхідність оперативного аналізу не тільки конкуренції товарних брендів, але й конкуренції соціально - економічного потенціалу території. Територіальна конкуренція це перш за все ринок інвестицій робочої сили, інновацій, туризму та інших складових. Тому, успіх розвитку території залежить від формування впізнаного бренда, ефективної політики просування, що дозволить конкурувати за інвестиції та туристичні потоки.

В туризмології характерною складовою ефективного розвитку території є впізнаність та функціонування туристичної дестинації.

Проблеми визначення сутності туристичних дестинацій, закономірностей їх розвитку та ролі у туризмі висвітлено в працях таких науковців : Дж. Суорбрука, Ф. Пірса, Н. Лейпера.

На основі аналізу та узагальнення різних наукових поглядів на сутність туристичної дестинації Т.І. Ткаченко дала їй визначення як «певне місце, що має реальний або умоглядний кордон (місто, регіон, район, острів тощо), що приваблює туристів за рахунок наявності своїх туристично - рекреаційних ресурсів, атрактивних можливостей та необхідної інфраструктури, доведених до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання» [8].

Згідно з означенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристична дестинація - це фізичний простір, в якому турист проводить мінімум одну ніч. При цьому дестинація має фізичні та адміністративні кордони, які визначають систему менеджменту дестинації, імідж і сприйняття, які визначають її ринкову конкурентоспроможність [5].

В Законі України «Про туризм» зазначається, що «дестинація (туристична) - місце призначення туристичної подорожі (туристичної поїздки, туру, екскурсії), місце відвідування (територія, місцевість, місто, населений пункт, туристичний центр) особами, які не проживають постійно в даній місцевості і не належать до категорії місцевого населення»[3].

Зростання рівня конкуренції в сучасних умовах активізувало необхідність позиціонування, створення позитивного іміджу, образу, бренда дестинації на ринку туристичних послуг.

Просування локальних унікальних відмінностей та формування бренда є найефективнішим інструментом підвищення туристичної привабливості дестинації [4].

Досліджуючи різні аспекти створення та просування територіального бренда, науковці створили потужну теоретично - методологічну базу, але такий аспект створення бренда як використання сучасних інструментів у процесі брендингу залишається лише частково розробленим в сучасній науці.

Дослідник С. Анхольт визначає брендинг території як систематичний процес узгодження дій, поведінки, інвестицій, інновацій і комунікацій країни для реалізації стратегії конкурентної ідентичності. На його думку, бренд території являє собою ту асоціативну модель, яку містить свідомість індивіда та до якої він апелює, почувши назву території (країни) [1].

Відповідно до навчального словника термінів реклами і PR Радченка І.А., бренд (від англ. brand - клеймо, марка, сорт) - це назва, термін, символ, дизайн, що позначають певний вид товару або послуги

окремо взятого виробника (або групи виробників) і виділяють його серед товарів і послуг інших виробників; популярний товарний знак, який здобув популярність завдяки вдалим маркетинговим процедурам [6].

За О. Соскіним, брендинг - це процес створення бренда та управління ним. Він може містити у собі формування, посилення, репозиціонування, відновлення й зміну стадії розвитку бренда, його розширення і поглиблення. Створення бренда - це творчість, заснована на глибокому знанні ринку. Брендинг передбачає діяльність у галузі маркетингу, реклами та суспільних зв'язків, розвитку комунікацій із споживачами і контрагентами [7].

Особливості формування бренда туристичної дестинації полягає у його розробці. Відповідно на початкових етапах розробки бренда необхідно сформувавши уявлення про суть та зміст туристичної дестинації, враховуючи такі фактори, як географічне положення та геополітичне значення території, природно - ресурсний та туристично - рекреаційний потенціал, національно - культурні особливості.

Другою особливістю концепції бренда туристичної дестинації є його дизайн, який покликаний сформувати привабливі та яскраві асоціації з територією шляхом поєднання візуальних, аудіальних та символічних атрибутів, що проявляються у логотипі, символічних знаках, лозунгах, кольорах, фольклорі тощо. При розробці дизайну необхідно щоб складові бренда були взаємопов'язаними та повноцінними, відповідали основній ідеї та були унікальними.

Третя особливість територіального брендингу є проведення заходів з інформаційного просування концепції бренда серед цільової аудиторії, яка представлена державними органами влади, жителями, студентами, туристами, підприємцями та інвесторами, з метою формування позитивного сприйняття бренда у свідомості громади. Ця особливість передбачає не лише взаємодію з інформаційними каналами, а передусім облаштування та збагачення території знаковими брендинговими об'єктами, які б підкреслювали його унікальність [2].

Таким чином, у формуванні бренда дестинації велику роль грає маркетингова політика держави як на національному, так і на регіональному рівнях.

Наявність позитивного бренда дозволить залучити зовнішні й активізувати внутрішні ресурси, підвищити якість життя, сформувати привабливий імідж території і зрештою підвищити конкурентоспроможність туристичної дестинації.

Література:

1. Анхольт С. *Брендинг: дорога до світового ринку: навч. посіб.* / С. Анхольт. – М.: КУДИЦ - ОБРАЗ, 2004. - 272с.
2. Гарбера О. Є. *Територіальний брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації* / О. Є. Гарбера [Електроний ресурс] режим доступу - <http://www.economy.nauka.com.ua>.
3. *Законодавство України [Електроний ресурс] режим доступу - <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>*
4. Малікова Ю.І. *Матеріали III міжнародної науково - практичної конференції "Індустрія гостинності в країнах Європи"*. - 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. - 176 с. - С.48-50.
5. Миронов Ю.Б. *Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції "Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку"* (м. Одеса, 23-24 листопада 2017 р.) Одеса: ОДАБА, 2017. - Ч.1. - 370 с. - С. 65-68.
6. Радченко І. А. *Навчальний словник термінів реклами та публік рилейнз* / І. А Радченко. – Воронеж: ВФ МГЭИ, 2007. – 67 с.
7. Соскін О. І. *Брендинг міст: досвід країн Вишеградської групи для України: навч. посіб.* / О. І. Соскін. – К.: Інститут трансформації суспільства, 2011. – 80 с.
8. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія* / Т.І. Ткаченко. - К.: КНТЕУ, 2009. - 463 с.

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к. і. н., доцент О. А. Макієнко

ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СФЕРІ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

Одним із перспективних різновидів сучасного туризму, що стрімко завойовує прихильників у багатьох країнах світу, є гастрономічний туризм. Він передбачає організацію і здійснення подорожей із метою задоволення гастрономічних смаків людини. Такі подорожі, за визначенням Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму, мають на меті отримання аутентичного досвіду, заснованого на культурі споживання їжі або напоїв, відкритті унікальних місць та їхньої культури через національну кухню [1].

На сьогодні гастрономічний туризм добре організований у Франції, Італії, Іспанії, Португалії, Чехії, Польщі, Угорщині, Шотландії, де існує розвинена мережа ресторацій національної кухні, практикуються традиційні та екзотичні гастротури. Останнім часом до такого напрямку туристичної діяльності долучається й Україна.

Гастрономічний тур – продуманий заздалегідь комплекс заходів, ретельно складена карта страв і напоїв, вибір місця їх дегустації. Організація гастрономічного туру передбачає ознайомлення з особливостями технологій приготування місцевих харчових продуктів, історією і традиціями їх споживання, а також можливу участь туриста в приготуванні національних страв, відвідання кулінарних фестивалів та конкурсів [2]. Основною же метою такого відпочинку досвідчені гастромандрівники називають знайомство з духом народу, його менталітетом і традиціями.

Серед переваг гастрономічного туру можна назвати наступні:

1. Організація харчування є складовим елементом усіх турів, але на відміну від інших видів туризму ознайомлення з національною кухнею стає головним мотивом, метою та елементом гастрономічної подорожі, що дозволяє краще пізнати місцевий колорит, звичаї населення.

2. Гастрономічні маршрути сприяють популяризації національних (місцевих) кулінарних традицій.

3. Гастротуризм допомагає в просуванні торгівельних марок місцевих господарств, виробників продовольчих товарів, підприємств туристичної інфраструктури (готелів, закладів харчування тощо).

4. Гастрономічна подорож не має характеру сезонного відпочинку, для будь-якої пори року можна підібрати відповідний тур.

5. Умовами для створення гастрономічних маршрутів володіють абсолютно всі країни та регіони, що є унікальною рисою цього виду туризму [3].

Значний потенціал у сфері етногастротуризму має Україна. Вона є однією із найбільших багатонаціональних держав в Європі, на сьогодні кожен четвертий її громадянин є представником певної некорінної національності.

Найбільш строкатим у національному відношенні українським регіоном є Південь, що зумовлено складними міграційними процесами часів імперської модернізації. Тут уже на межі XIX – XX ст. одночасно проживали представники більше 100 національностей: українці, росіяни, євреї, греки, татари, молдавани, болгары, німці, французи та ін. Різні народи привозили сюди свої культурні традиції, елементи побуту, вбрання, кулінарію. На новому місці не завжди вдавалося відшукати потрібні інгредієнти для приготування національних страв, вимушено змінювалася їх склад і рецептура. Під впливом кроскультурної взаємодії національні кухні змішалися й утворилася південноукраїнська локальна кухня з її багатоманіттям національних традицій.

Туристичні маршрути на етногастрономічну тематику можуть стати справжньою «родзинкою» Південної України. Вочевидь, особливою популярністю серед туристів користуватимуться етногастрономічні тури вихідного дня. У ході таких турів їх учасники відвідуватимуть історичні центри компактного проживання національних меншин у регіоні. Наприклад, на Херсонщині до них належать смт. Високопілля (німці), смт. Новоолексіївка (кримські татари) або ж с. Зміївка (шведи). Під час подорожі відбуватиметься дегустація місцевих страв із етнічним колоритом у поєднанні з відповідними анімаційними програмами (демонстрація зразків національного вбрання, ужиткового

мистецтва, пісенного співу, традиційних розваг тощо). Розробка актуальних туристичних маршрутів, безумовно, потребуватиме ретельних наукових досліджень, зокрема, складання етногастрономічної карти регіону.

Вдалим прикладом гастротуристичного продукту, що увібрав багатонаціональну палітру Півдня, можна вважати розроблений місцевими краєзнавцями та представниками індустрії гостинності тур «ХерсонЪ. Вінтажна кухня». За підтримки Херсонської філії Асоціації шеф-кухарів Півдня України було розшифровано та відтворено рецепти багатьох страв, які подавалися у провідних ресторанах міста Херсона на початку ХХ ст. До їх приготування вдалося залучити шеф-кухарів нинішніх херсонських ресторанів, які працювали над «вінтажними» стравами понад чотири місяці. Кожна страва є надзвичайно вишуканою і може передати учасникам дегустації атмосферу повсякденного життя місцевої еліти [4].

Презентований у травні 2018 року гастротур «ХерсонЪ. Вінтажна кухня» передбачає відвідування семи ресторанів з дегустацією десятка страв «вінтажної» кухні. Основними віхами маршруту є наступні заклади ресторанного господарства: ресторан «Мускат» (м. Херсон, вул. Ярослава Мудрого, 10), де подають «пулярда тулуз», «філе де-во соте под бурсі», «гото імперіаль від Робаньє», ресторан «KABANOS» (м. Херсон, вул. Торгова, 34) зі стравами «гусак із бурячками» та «курча помисливські», ресторан «Corbett» (м. Херсон, провул. Успенський, 25) з «гуляшем по-угорськи», ресторан «Miracoli» (м. Херсон, вул. Суворова, 7/9) з «судаком під соусом марешаль», ресторан «Пан Атаман» (м. Олешки, вул. Гвардійська, 101А) з «карпом у вині», ресторан «John Howard Pub» (м. Херсон, просп. Ушакова, 30/1) з «котлетою по-міланськи», ресторан «Nostalgie» (м. Херсон, вул. Старообрядницька, 12) з «котлетою по-пожарськи» та «дюшесом» [4].

Отже, гастрономічні тури як складова культурно-пізнавального туризму слугують важливим інструментом збереження національних і місцевих кулінарних традицій, засобом поглиблення міжнародних комунікацій, розвитку інтеграційних процесів у світі, а також можуть стати вагомим чинником економічного розвитку туристичних дестинацій.

Література:

1. World Food Travel Association: What is Food Tourism? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>
2. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. Ефективна економіка. 2018. № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.econotyu.nauka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf
3. Вишневецька Г. Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2013. Вип. 31. С. 112-118.
4. ХерсонЪ. Вінтажна кухня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://go.kherson.ua/index.php/pro-kherson/289-kherson-vintazhna-kukhnya>

Филипенко Н.В.,

студентка 4 курсу факультету економіки та менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н, доцент В.Ф. Яровий

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

В наш час люди все більш віддають пріоритет замовленню послуг та продукції саме в інтернеті, тому саме там підприємствам потрібно шукати потенційних клієнтів, в цьому може допомогти такий інструмент, як інтернет-маркетинг. Інтернет-маркетинг – це дії направлені на просування товарів та послуг в мережі інтернет. Основна мета інтернет-маркетингу – перетворити звичайного відвідувача сайту у потенційного покупця та збільшити прибуток [3].

Актуальність обумовлена тим, що підприємства, які використовують інтернет-маркетинг однозначно більш конкурентоспроможні. В даний час кількість підприємств, які просувають себе в мережі інтернет, в тому числі і підприємств сфери туризму, стрімко зростає. Можна сказати, що інтернет-маркетинг витісняє традиційні методи просування продукту.

У інтернет-маркетингу є три важливих переваги, які відрізняють його від класичного маркетингу:

- Інтерактивність. Зв'язок завжди напряму з аудиторією. Надає споживачеві можливість отримати інформацію про туристичний продукт чи послугу. Будь-який потенційний споживач може,

використовуючи інтернет, отримати інформацію про туристичний продукт чи послугу, а також придбати їх.

- Таргетування. Механізм, який дозволяє виділити тільки цільову аудиторію та показувати рекламу саме їй.

- Веб-аналітика. Вона допомагає зрозуміти, які саме дії були максимально ефективні та залучили на сайт більше відвідувачів, які потім конвертувались у покупки [1].

Очевидним недоліком традиційного маркетингу є практична відсутність інтерактивної взаємодії з потенційним споживачем послуги, в той час як у випадку інтернет-маркетингу часто сам споживач ініціює контакт і аналізує інформацію, розміщену на інтернет-сайті підприємства.

Застосування методів інтернет-маркетингу націлене на економію коштів (на заробітну плату співробітників відділів продажів і на рекламу), а також на розширення діяльності компаній (перехід з локального ринку на національний і міжнародний ринок). При цьому як великі компанії, так і малі, мають більш урівноважені шанси в боротьбі за ринок. На відміну від традиційних рекламних медіа (друкованих, радіо і телебачення), вхід на ринок через інтернет є не надто витратним. Важливим моментом є те, що на відміну від традиційних маркетингових методів просування, інтернет-маркетинг дає чітку статистичну картину ефективності маркетингової кампанії.

У порівнянні з іншими видами медіа-маркетингу (радіо, телебачення), інтернет-маркетинг зростає дуже швидко. Він завойовує все більшу популярність не тільки у бізнесу, а й звичайних користувачів, які хочуть просунути свій ефективний веб-сайт або блог і заробити на ньому.

Широке застосування інтернет-технологій стає одним з найактуальніших завдань в індустрії туризму. Створення потужних комп'ютерних систем бронювання засобів розміщення і транспорту, екскурсійного та культурно-оздоровчого обслуговування, інформація про наявність тих чи інших турів, маршрутів, туристського потенціалу країн і регіонів - весь комплекс цих питань стає актуальним для організації поточної і майбутньої діяльності туристських підприємств [3].

Стрімкий розвиток інтернету поступово змінює ставлення туристичних фірм до реклами. Замість великих рекламних оголошень в газетах, брошурах та журналах все частіше зустрічаються маленькі блоки із зазначенням адреси інформаційної сторінки агентства в інтернеті [2].

Індустрія туризму за останні роки істотно змінилася в зв'язку з розвитком і розширенням використання комп'ютерних технологій. Відмінні риси туристського продукту вимагають швидкого надання необхідних відомостей про наявність вільних місць у підприємствах розміщення і транспорту, а також їх резервування і бронювання. Це цілком здійснено при умові широкого застосування сучасних комп'ютерних технологій [4].

Головною функцією інтернету є надання і передача інформації, що допомагає компаніям отримувати корисні відомості для порівнювати, аналізу та прийняття ефективних рішень щодо подальшої діяльності підприємства. Але інтернет здатний не тільки передавати інформацію. Завдяки сайту чи сторінки в соціальних мережах у потенційного клієнта є можливість ознайомитися з наочним матеріалом (фотографії готелів, номерів, засобів транспорту, туристичних місць і об'єктів), який широко використовується для залучення клієнтів, також залишити миттєвий відгук чи коментар. Найголовнішою перевагою інтернет-маркетингу є визначення своєї аудиторії та можливість пошуку нової, завдяки статистиці та аналітиці.

В наш час для туристичних організацій велике значення має своєчасність, швидкість та точність надання інформації. Тому інтернет є найефективнішим способом для реалізації цього завдання. Починаючи зі зв'язку через електронну пошту та закінчуючи відповіддю в особистих повідомленнях в соціальних мережах (Фейсбук, Інстаграм та інші).

В сучасному світі методи та технології тільки традиційного маркетингу вже не мають можливості забезпечити ефективне функціонування підприємств сфери туризму належним чином. У зв'язку з цим використання технологій інтернет-маркетингу поряд з традиційними маркетинговими підходами стають умовою успішного розвитку, просування, зниження витрат на рекламу та підвищення конкурентоспроможності.

Література:

1. *Из чего состоит интернет-маркетинг? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://tilda.education/courses/marketing/internet-marketing-beginning>.*

2. *Интернет-маркетинг та интернет реклама [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://webbuilding.com.ua/ukr/internet-marketing>.*

3. *Костин К. Б. Интернет-маркетинг как современное средство успешного развития компаний / К. Б. Костин. – 2018. – №34. – С. 45.*

ШЕВЧЕНКО Ю.С.,

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: к.і.н., ст.викладач Є.С. Сидорович

ЕКСКУРСІЯ ЗА ЕКОЛОГІЧНО-ВОДНИМ ТУРИСТИЧНИМ МАРШРУТОМ « ХЕРСОНСЬКА АМАЗОНКА»

Природа – головне джерело задоволення матеріальних і духовних потреб людини. Одним із найпоширеніших видів сучасного туризму є екологічний туризм. Зростання чисельності туристів свідчить про популярність екологічного туризму. Херсонська область достатньою мірою забезпечена природними ресурсами та екосистемами для розвитку такого виду туризму. І саме національно-природні парки є важливою складовою розвитку екологічного туризму в Херсонській області [3].

Тому пропонується екскурсія за екологічно-водним туристичним маршрутом «Херсонська Амазонка», який розроблений в рамках реалізації соціального проекту «Мандруймо Херсонщиною» Херсонської обласної організації Національної спілки краєзнавців України [2] та діяльності студентської проблемної групи «Актуальні проблеми розвитку туристичного краєзнавства на Півдні України». Під час реалізації маршруту планується використання таких туристичних та рекреаційних ресурсів, як база зеленого туризму «Козак», річки Козак, Дніпро, Сабетський лиман, озеро Кругле тощо. Тур дозволяє ознайомитися з водними ресурсами національного парку.

Цей туристичний маршрут розрахований на таку цільову аудиторію:

1. Вікові особливості:

- діти старшого шкільного віку (14-17 років);
- студентські групи (18-25 років);
- дорослі групи (25-50 років).

2. За місцем проживання:

- місцеві мешканці;
- жителі інших регіонів України;
- іноземні туристи.

Основними шляхами покращення екологічно-водної екскурсії можна сформулювати наступні заходи:

- головним напрямком повинно стати розробка заходів щодо залучення екскурсантів;
- надання організаційної, методологічної, інформаційної підтримки суб'єктам туристської-екскурсійної галузі [1];
- розробка та постійне оновлення інформаційного веб-сайту про екскурсійні можливості регіонів;
- проведення рекламно-інформаційної діяльності, направленої на формування іміджу;
- створення сприятливих умов для розвитку матеріально-технічної бази шляхом залучення інвестицій для реконструкції та підтримки в належному стані ресурсів;
- більш детальне вивчення маршруту з урахуванням можливих перешкод на шляху.

Таким чином, запропонована екскурсія зацікавить до збереження навколишньої природи та заохотить до зміцнення свого здоров'я.

Література:

1. Дишловий І. М. Розвиток туризму як стимулюючий фактор оздоровлення екологічної ситуації на території / І. М. Дишловий // Екологічний вісник. – 2010. – № 2. – С. 26–27.
2. Соціальний проєкт «Мандруймо Херсонщиною» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://travel.ks.ua/about-us/>
3. Теодорович Л. Екологічний туризм у НПП України: теоретичні та практичні аспекти / Лариса Теодорович // Вісн. Львів. ун-ту. Серія географічна. – 2013. – Вип. 41. – С. 318–330.

студентка 4 курсу факультету економіки і менеджменту
Херсонського державного університету

Науковий керівник: д.е.н., професор О.В. Орленко

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ПЛЯЖНОГО ВІДПОЧИНКУ В РІЗНИХ КРАЇНАХ СВІТУ

Пляжний туризм є одним із видів туризму за метою подорожування, який відноситься саме до розважального туризму. Пляжний туризм передбачає відпочинок на узбережжі морів, океанів, річок, озер тощо з метою відновлення фізичних та духовних сил людини та поєднує три основних фактори – це наявність пляжів, температурний режим водою та відповідний клімат для купання. Щорічно пляжний туризм приносить країнам сотні мільйонів доларів прибутків за рахунок податків на прибуток, на землю, аеропортних і готельних зборів тощо.

Місцевість, яка спеціалізується на пляжному туризмі, повинні відповідати таким вимогам:

- знаходитися на стику граничної кількості контрастних середовищ (ідеальне поєднання: гори-моря – різноманітне культурне середовище);
- являти собою зону підвищеної комфортності;
- орієнтуватися на розважальний туризм (пансіонати, готелі, яхт-клуби, та інші розважальні заклади).

Виокремлюють три важливіші світові регіони: Середземномор'я, Карибський басейн, акваторія Великих Зондських островів (Індонезія).

До Середземноморського басейну входять країни Південної Європи та Північні країни Африки. Розвитку туризму в Європі сприяють природно-географічні особливості регіону. Більшість європейських країн мають приморське розміщення, розташовані на островах і півостровах, поблизу морських шляхів з Європи в Азію, Африку, Австралію й Америку. Природно-рекреаційні ресурси регіону різноманітні.

До тихоокеанського туристичного регіону належать полярні типи країн. З одного боку – Японія, Австралія і Нова Зеландія, які відносяться до країн економічних лідерів та країн з високим рівнем розвитку, а з іншого – Папуа – Нова Гвінея, найбільш бідна держава світу. Китай – країна з потужним сировинним і промисловим потенціалом, але з відносно низьким прибутком на одного жителя.

Рекреаційні ресурси відзначаються багатством і різноманіттям. Це стосується природних, і суспільних (подієвих) ресурсів. Інтенсивність використання рекреаційних ресурсів у туристській індустрії залежить від економічного розвитку і демократичних перетворень у багатьох країнах регіону.

Кліматичні умови, узбережжя морів сприяють розвитку пляжного відпочинку. Наявність в регіоні великої кількості островів є запорукою розвитку морських круїзів. До того ж в регіоні є всі умови для розвитку водного туризму, підводного плавання (дайвінгу), для розвитку пізнавального туризму. Цей регіон приваблює через можливість відвідати екзотичні екскурсії такі як прогулянка на слонах, мавпячі перегони тощо.

Особливості організації пляжного туризму:

1. Необхідна розвинена туристська інфраструктура.
2. Наявність необхідних рекреаційних ресурсів: водні об'єкти, клімат, ландшафт.
3. Наявність додаткових послуг:
 - підприємства харчування (ресторани, бари, кафе);
 - спортивні споруди (басейни, аквапарки, спортзали, майданчики для тенісу, гольфу, волейболу);
 - дитячі майданчики, басейни;
 - розважальні програми (денні, вечірні, дитячі анімаційні програми, ігри, конкурси);
 - розважальна індустрія курортів (дискотеки, казино);
 - прокат (автомобілів, спортивного інвентарю, катерів, човнів).

Отже, вищепераховані регіони мають великий потенціал у подальшому розвитку. Середземноморський регіон є достатньо розвинутим, цьому сприяли такі фактори: географічне положення відносно основних споживачів послуг і наявністю туристських ресурсів. Тихоокеанський регіон не такий розвинутий, як середземноморський регіон, тому що він віддалений від основних споживачів послуг. Але розвиток авіатранспорту та зниженні ціни на транспорт, туристських послуг, в країнах регіону, сприяють розвитку пляжного туризму у Тихоокеанського басейну.

Література:

1. Александрова А.Ю. *Международный туризм України* / А.Ю. Александрова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_tourism/aleks.htm.
 2. *Все про Таїланд* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://poizdka.net/18-zagalna-informaciya-pro-tayiland.html>.
 3. Мальська М.П. *Міжнародний туризм і сфера послуг України* / М.П. Мальська [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/1584072020999/turizm/mizhnarodniy_turizm_i_sfera_poslug.
 4. Масляк П.О. *Рекреаційна географія* / П.О. Масляк [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://tourlib.net/books_ukr/maslyak-rekr10-1.htm.
-

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**«ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ
ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ:
ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ»**

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції

ISBN 978-617-7783-30-4

*Комп'ютерна верстка Казакова Т.
Відповідальний за випуск Ушкаренко Ю.В.*

Підписано до друку 20.11.2019. Формат 60x 84/8.
Папір офсетний Наклад 300 примірників.
Гарнітура Times New Roman. Друк ризографія.
Ум. друк. арк. 43,60. Обл.-вид. арк. 46,88.
Замовлення № 1344.

Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В. С.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи серія ХС № 48 від 14.04.2005 р.
видано Управлінням у справах преси та інформації
73000, Україна, м. Херсон, вул. Соборна, 2,
тел. (050) 133–10–13, e-mail: printvvs@gmail.com