

**Міністерство освіти та науки України**  
**Херсонський державний університет**  
**Херсонський національний технічний університет**  
**Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана**  
**Миколаївський національний аграрний університет**  
**Національний університет харчових технологій**  
**Одеський національний економічний університет**  
**Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**  
**Державний університет штату Нью-Йорк**  
**у Потсдамі (США, м. Потсдам)**  
**Державний університет штату Колорадо (США, м. Колорадо)**  
**Університет Інформатики та Мистецтв (Польща, м. Лодзь )**

**МАТЕРІАЛИ**  
**ІІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ**  
**КОНФЕРЕНЦІЇ**  
**на тему:**

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

**присвяченої святкуванню 101-річниці**  
**Херсонського державного університету**

**11-12 жовтня 2018 року**  
**м. Херсон**

**Мета конференції:** науковий пошук, узагальнення та розроблення рекомендацій щодо основних шляхів вирішення проблем розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних процесів.

УДК 332.135(477)  
ББК 65.9(4УКР)я43  
П 78

**Проблеми і тенденції розвитку сучасної економіки в умовах інтеграційних**

**П 78 процесів:** теоретичні та практичні аспекти: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, Херсон, 11-12 жовтня 2018 р. / Упоряд. К. Мельникова. – Херсон, вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2018. – 212 с.

**ISBN 978-617-7573-65-3**

У збірник увійшли матеріали 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 (протокол № 3 від 19 листопада 2018 р.).

Збережена авторська стилістика, орфографія і мова.

**ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ**

**Голова організаційного комітету:**

**Омельчук С.А.** – д.п.н., доцент, проректор із наукової роботи ХДУ, дійсний член Української академії акмеології, доцент, професор кафедри;

**Члени організаційного комітету:**

**Тюхтенко Н.А.** – в.о. ректора ХДУ, проректор з навчальної та науково-педагогічної роботи ХДУ, професор кафедри менеджменту та адміністрування, Академік Академії економічних наук України;

**Соловійов А.І.** – к.е.н., доцент, 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 економіки, фінансів і підприємництва ХДУ;

**Шашкова Н.І.** – д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та адміністрування ХДУ;

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

**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);

**Перезовова І.В.** - д.е.н., доцент, завідувач кафедри підприємництва та маркетингу Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу;

**Некрасова Л.А.** - к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки підприємств Одеського національного політехнічного університету;

**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);

**William P. Spencer** – Professor Emeritus, Professor of Agriculture and resource economics department, Colorado State University (США);

**John P. Olienyk** – 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);

**Rebecca Hill** – Ph. D. associated professor, Extension research specialist Agriculture and resource economics department, Colorado State University (США);

**Andrzej Nowakowski** – ректор Університету Інформатики та Мистецтв (Польща).

**Jyrki Tabell** – President at Tabell Communications (Estonia).

УДК 332.135(477)

ББК 65.9(4УКР)я43

ISBN 978-617-7573-65-3

© Мельникова К.В., 2018

© ХДУ, 2018

© ФОП Вишемирський В.С., 2018

## ЗМІСТ

<b>ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 1. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ.....</b>	<b>10</b>
<b>Багдасар'ян А.Ю.</b> БЕЗРОБІТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМА УКРАЇНИ .....	10
<b>Балакірева Є.В., Сита Є.М.</b> ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ МЕТОДОМ ЕКСТРАПОЛЯЦІЇ.....	12
<b>Брігер А.</b> ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ .....	15
<b>Гончаренко С.</b> НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ .....	17
<b>Гридасов О.</b> ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ ТА ШЛЯХІВ ПОКРАЩЕННЯ .....	19
<b>Євстаф'єва А.</b> МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ.....	21
<b>Зеленський М.М.</b> ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ .....	23
<b>Кримцева Т.І.</b> МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ .....	26
<b>Лук'яненко О.</b> НОВІТНІ ПРОЯВИ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОБЛЕМИ .....	28
<b>Макуха С.</b> ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ .....	29
<b>Михайлова В.О., Федоренко В.</b> ПОІНФОРМОВАНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ – ЗАПОРУКА АКТИВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ .....	31
<b>Мосейчук Є.</b> КРИПТОВАЛЮТА ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ .....	33
<b>Осадчий О.Д.</b> ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ УКРАЇНИ .....	35
<b>Пісідніков В.</b> РІВЕНЬ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В СВІТІ .....	37
<b>Победря О.</b> РОЗВИТОК КООПЕРАЦІЇ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ.....	38

<b>Трускавецький Д.В.</b>	
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ...41	41
<b>Ушкаренко Ю.В.</b>	
РОЛЬ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ В АГРАРНІЙ ЕКОНОМІЦІ .....43	43
<b>Chmut A.V.</b>	
DEVELOPMENT OF THE MILK MARKET IN UKRAINE .....44	44
<hr/>	
<b>ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 2. ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ .....46</b>	<b>46</b>
<hr/>	
<b>Алексєєва Н.</b>	
СИСТЕМА ФОРМУВАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВА .....46	46
<b>Антош Н.</b>	
МОЛОКОПЕРЕРОБНА ГАЛУЗЬ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ .....48	48
<b>Водяницька О.</b>	
МЕХАНІЗМ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ КРИЗИ.....49	49
<b>Гарафонов О.І.</b>	
ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ОРАГНІЗАЦІЙ .....51	51
<b>Головіна С.</b>	
ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА .....54	54
<b>Душинова Н.</b>	
ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА.....56	56
<b>Житник Т.</b>	
ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТРАННОГО КОМПЛЕКСУ .....58	58
<b>Кас`яненко О.В.</b>	
НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДИКИ ОБЛІКУ ВІДСТРОЧЕНОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЗА КРЕДИТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ .....60	60
<b>Ковальов В.В., Мороз А.</b>	
РЕЗЕРВИ ТА ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....61	61
<b>Кондратенко Д.</b>	
СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО АНАЛІЗ .....63	63
<b>Кулянкова Д.В.</b>	
ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ .....65	65
<b>Майброда К.</b>	
УПРАВЛІННЯ І ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА .....68	68
<b>Москаль А.</b>	
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ .....70	70
<b>Мельникова К.В.</b>	

ОЦІНЮВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ .....	72
<b>Мохненко А., Перезовова І.</b> РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА .....	74
<b>Пасльон В.</b> ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ .....	76
<b>Петренко В., Карнаушенко А.</b> ВИХІД ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК ЗА ДОПОМОГОЮ "MANAGEMENT CONTRACTING" .....	78
<b>Протосвіцька О.І.</b> КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СТАЛОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ .....	80
<b>Прудська А.С.</b> СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ .....	82
<b>Сидоренко О.</b> ГЛОБАЛЬНА МОДИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЙ І МОДЕЛЕЙ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО БІЗНЕСУ .....	85
<b>Соловійов А.І.</b> ВИКОРИСТАННЯ CALS-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМ СЕКТОРОМ ЕКОНОМІКИ .....	86
<b>Сорокіна А.М.</b> РОЗВИТОК КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ.....	88
<b>Dyskina A., Fedorchuk A., Mokhnenko A.</b> THEORETICAL ASPECTS OF BUILDING INFRASTRUCTURE OF EUROPEAN SMART-CITY .....	91
<b>Фурдак М.М.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ЗВАЖЕНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНОГО ВИРОБНИЦТВА .....	93
<b>Якушев С.В., Цхай Р.</b> СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА» .....	95
<b>Чікірісов Д.В.</b> ВИЗНАЧЕННЯ ПАРАМЕТРІВ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОРТФЕЛЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ МАС-МЕДІА .....	97
<b>Шепель І.В.</b> СУЧАСНІ КРИТЕРІЇ ВІДНЕСЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО МАЛИХ, СЕРЕДНІХ ТА ВЕЛИКИХ .....	100
<b>ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 3. МЕНЕДЖМЕНТ .....</b>	<b>103</b>
<b>Гавренкова В.В.</b> РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА КОНЦЕПЦІЇ НАВЧАННЯ ПРОТЯГОМ ЖИТТЯ.....	103

---

<b>Макаренко С., Александрова А., Олійник Н.</b> ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗА РАХУНОК УПРОВАДЖЕННЯ ОБ'ЄКТИВНОЇ МОДЕЛІ ОЦІНЮВАННЯ.....	105
<b>Манаєнкова М.К.</b> МАСШТАБИ ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ НА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	107
<b>Немченко Д.О.</b> ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ.....	110
<b>Олексенко Я.А.</b> СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ .....	112
<b>Синякова К.М.</b> ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ .....	114
<b>Soloviov N.A.</b> PLANNING OF INNOVATIONS IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPISE .....	116
<b>Танська А.О.</b> СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	118
<hr/> <b>ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 4. ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ.....</b>	
<b>Вічиховська А.В.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ .....	120
<b>Грищенко В.Ю.</b> ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ .....	122
<b>Звонарьова О.</b> ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЮВИХ ПРОГРАМ .....	124
<b>Марчак Ю.О.</b> ТЕХНОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ МОБІЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО- ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ .....	126
<b>Меджибовська Н.</b> МІКРОБІЗНЕС В ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ: ДОСВІД PROZORRO .....	128
<b>Панасенко О.М.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЮВИХ ПРОГРАМ.....	130
<b>Прокопчук О., Беркута Н.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ .....	132

**ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 5. ІННОВАЦІЇ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ  
ПРОФЕСІЙНОЇ ТА СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ.....134**

---

**Букарєв О.В.**

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИКОНАННЯ УЧНЯМИ ГРАФІЧНИХ  
ЗАВДАНЬ .....134

**Димніч Ю.В.**

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УЧНІВ ЗСО НА  
УРОКАХ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ ТА ТЕХНОЛОГІЙ ЗАСОБАМИ  
ВИГОТОВЛЕННЯ ШТУЧНИХ КВІТІВ .....136

**Єременко І.С.**

ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ  
НА ЗАНЯТТЯХ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ В ЗАКЛАДАХ СЕРЕДНЬОЇ  
ОСВІТИ .....139

**Кострицький В.Г., Саух О.М.**

ОСОБЛИВОСТІ ЕСТЕТИЧНОГО ВИХОВАННЯ УЧНІВ НА ЗАНЯТТЯХ У  
ГУРТКАХ ПОЧАТКОВОГО ТЕХНІЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ .....141

**Макортет А.**

СТРУКТУРА ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УЧНІВ ЗСО  
НА ЗАНЯТТЯХ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ Й ТЕХНОЛОГІЙ.....144

**Шкворець О.В., Швець А.**

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ГУРТКОВИХ ЗАНЯТЬ З «ДИЗАЙНУ  
ОДЯГУ».....147

**Чарнецький Є.І.**

ПОПЕРЕДЖЕННЯ ПОМИЛОК УЧНІВ НА ЗАНЯТТЯХ ВИРОБНИЧОГО  
НАВЧАННЯ В МАЙСТЕРНЯХ .....150

**Шкворець О.В., Корінь Д.О.**

ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕННЯ ЗАНЯТЬ ТРУДОВОГО  
НАВЧАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДІВ РІШЕННЯ ТВОРЧИХ  
ЗАДАЧ .....153

**ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 6. УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНО-  
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....156**

---

**Биковських В.**

СУТНІСТЬ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ. ХАРАКТЕРИСТИКА  
РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ .....156

**Бойченко Н.**

ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ  
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ .....157

**Бокій К.**

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ  
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .....159

**Грушецька Л.**

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ  
ГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ .....161

---

<b>Красівська Є.</b> ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ .....	163
<b>Носова І.О.</b> ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ ХЕРСОНЩИНИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	165
<b>Орленко О.В.</b> ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ПАКЕТНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ.....	167
<b>Пластун А.А.</b> СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ.....	169
<b>Приходцева В.О.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ IRT MULTI-TOUCH TABLE В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	172
<b>Пронін В.О.</b> ОСОБЛИВОСТІ ВІДКРИТТЯ КЕЙТЕРИНГОВОЇ КОМПАНІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ .....	174
<b>Пислару І.О.</b> СУЧАСНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДАХ .....	176
<b>Сервуля С.В.</b> ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ.....	178
<b>Yakymchuk D.</b> APPLICATION FEATURES OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN HOTELS ACTIVITY .....	181
<b>Ярошенко Н.Ю.</b> ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОДУКТІВ ІЗ ЗАДАНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ .....	183
<hr/> <b>ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 7. ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ.....</b>	
<b>Волкова А.</b> ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БУДИНОЧКУ ВІДПОЧИНКУ В РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ АР КРИМ М.ФЕОДОСІЯ .....	186
<b>Гулузаде А.</b> ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ .....	187
<b>Лачинов А.</b> РОЗВИТОК АГРОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	190
<b>Сидорович Є.</b> СТАН РОЗВИТКУ ВОДНИХ ПРОГУЛЯНОК В УКРАЇНІ .....	191



**Юрченко В.В.**

КОНЦЕПЦІЯ ЦІННИСНО-ОРІЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ  
ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ  
ПІДПРИЄМСТВ .....193

**Якуба. Д.А.**

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРИМОРСЬКИХ МІСТ-КУРОРТІВ  
УКРАЇНИ, ЇХ АНАЛІЗ.....196

---

**ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 8. НОВА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ  
В УКРАЇНІ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ВИКЛИКИ .....199**

---

**Артюмова О.**

ІМІДЖ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ: ЙОГО СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ.....199

**Германович О.**

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ  
КЕРІВНИКА НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ .....201

**Корольова І.І.**

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ  
МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ .....203

**Москаленко Є.**

ТВОРЧИЙ РОЗВИТОК КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ  
ОСВІТИ .....205

**Радомська А.**

ВИХОВАТЕЛЬ ДИТЯЧОГО САДКА ЯК МЕНЕДЖЕР ВЛАСНОГО  
САМОРОЗВИТКУ .....207

**Швець Т.**

ФОРМУВАННЯ МОВЛЕННСВОЇ КУЛЬТУРИ КЕРІВНИКА  
НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ .....209

---

## ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 1 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

---

*БАГДАСАР'ЯНА А.Ю.,*  
студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент О.Г. Демченко*

### БЕЗРОБІТТЯ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ПРОБЛЕМА УКРАЇНИ

В умовах переходу України до ринкової економіки та кризових явищ, які спіткали Україну за останні роки, проблема безробіття стала однією з найголовніших проблем вітчизняної економіки. Безробіття – це таке соціально-економічне явище, коли частина економічно активного населення не може знайти застосування своїй робочій силі й стає «зайвою». На сьогодні, за даними ООН, близько 800 млн осіб, тобто кожен третій працездатний у світі не має роботи взагалі, або має сезонний чи випадковий заробіток. Чим нижчий рівень соціально-економічного розвитку країни, тим вищий рівень безробіття і навпаки [1].

У ринковій економіці безробіття виступає як результат взаємодії між попитом на робочу силу та її пропозицією. У країнах з розвинутою економікою безробіття може стати, як правило, наслідком зростання виробництва і його структурної перебудови в результаті науково-технічного прогресу, скорочення виробництва якого-небудь товару внаслідок його неконкурентоспроможності, що веде до скорочення зайнятості населення. Українське безробіття принципово відрізняється за своїми передумовами від аналогічних явищ у країнах Заходу. Справа в тому, що в даний момент наша країна ще не вийшла з економічної кризи, яка протікає в усіх сферах суспільства. Ця ситуація зумовлена безліччю факторів – як економічних, так і соціальних і політичних. На тлі саме цієї кризи виник основний фактор, що сприяє виникненню і зростанню безробіття в країні – це вивільнення робочої сили на етапі загального спаду виробництва, що призвело до розпаду господарських зв'язків, закриття підприємств, значних скорочень централізованих інвестицій. Специфіка українського безробіття визначається також тим, що на відміну від країн з розвинутою економікою, з їх перевиробництвом товарів і обмеженістю ринку, а Україна немає непереборних перешкод для створення нових робочих місць для безробітних, адже ємність українського ринку для виробництва товарів і послуг далека від вичерпання [2].

Значної шкоди Україні завдала світова фінансова криза. Найбільшого скорочення зайнятості на початку кризи зазнали такі сектори, як промисловість та будівництво. Згідно статистичних даних, в Україні кількість офіційно

зареєстрованих безробітних у 2009 році зросла на 533,7 тис. населення порівняно з 2008 роком. Поступово ця кількість почала зменшуватися, тобто прослідковується тенденція зниження рівня безробіття в країні. Проаналізувавши статистичні дані, можна зробити висновок, що до 2009 року, тобто до настання світової фінансової кризи, кількість безробітних була значно меншою. Це характеризувалося економічним ростом, коли велика кількість підприємств нарощувала свої виробничі потужності та використовувала в значній мірі найману працю. 2009 рік показує значний спад як показників розвитку економічного добробуту країни, так і підвищення рівня безробіття. У 2010 році ситуація дещо покращилася і кількість безробітних знизилась на 173,2 тис. працездатного населення. Нажаль, у 2011 році показники кількості безробітних знизилися на 52,9 тис., що показало не надто стрімкий спад безробіття. Можливою причиною став новий Податковий кодекс України, а також нова пенсійна реформа, за якої велика кількість малих підприємств значно скоротила обсяги виробництва або взагалі припинила свою діяльність.

Вже 2014 році ситуація на ринку праці швидко змінилася, згідно статистичних даних, в Україні кількість офіційно зареєстрованих безробітних зросла на 331,7 тис. населення порівняно з 2013 роком. Станом на 2017 рік кількість безробітних зросла на 150,3 тис. порівняно з 2014 роком [4]. Пояснення цьому є не вирішений конфлікт, від якого найбільше постраждали Луганська та Донецька області, саме ці території, на яких, безпосередньо, проводились бойові дії. Адже вище зазначені області є центром тяжіння робочої сили. Люди їдуть в урбанізовані території з високим рівнем соціально-економічного розвитку, в регіони з наявними робочими місцями, оскільки, поширення безробіття в Україні прямо залежить від існування великих індустріальних центрів, економічної активності територій, а також розвитку малого та середнього бізнесу.

Проблема безробіття є досить актуальною на сьогоднішній день і вимагає розробки та реалізації соціальних гарантій як від держави, так і від регіональних органів влади. Основними напрямками вирішення проблеми безробіття в нашій країні на наш погляд можуть бути:

- збільшення державного фінансування програм професійного навчання;
- надання податкових пільг для підприємств з високою часткою зайнятого населення;
- збільшення фінансування заходів щодо надання ефективної підтримки пошуку робочих місць безробітним;
- 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 [3];
- 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;
- стимулювання підприємців до навчання, перекваліфікації й подальшого працевлаштування додаткової робочої сили;
- заходи щодо квотування робочих місць для представників найуразливіших груп на ринку праці, безвідсоткові кредити, що надаються безробітним, які започатковують власний бізнес.
- Запровадження вище запропонованих заходів значно покращить ситуацію зайнятості на національному ринку праці, що сприятиме покращенню як економічного, так і соціального рівня розвитку суспільства.

**Література:**

1. Гальків Л.І. *Втрати людського капіталу: чинник безробіття* / Л.І. Гальків // *Економіка і регіони*. – 2010. – С.110-113.
2. Майсюра О.М. *Безробіття та наслідки його впливу на економіку країни* / О.М. Майсюра // *Економіка та держава*. – 2015. – №8. – С.60-61.
3. *Основні показники ринку праці [Електронний ресурс]* – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
4. Попов В.Ю. *Дослідження ринку праці в Україні у 2000 – 20pp.* / В.Ю.Попов // *Статистика України*. – 2011. – №4 – С. 39-41.

**БАЛАКІРЕВА Є.В.,**  
студентка 4 курсу

**СИТА Є.М.,**  
старший викладач кафедри  
економіки, підприємництва та економічної безпеки  
Херсонський національний технічний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ МЕТОДОМ ЕКСТРАПОЛЯЦІЇ**

Система прогнозування виступає одним з найважливішим елементом планування розвитку національної економіки. Сутність економічного прогнозування полягає у науково обґрунтованому передбаченні динаміки і структури економічних та соціальних явищ і процесів, які мають альтернативний, імовірнісний характер та проявляються на національному, галузевому та інших рівнях. Метою такого передбачення є підвищення якості рішень, уникнення помилок при розробці проектів короткострокової і довгострокової державної політики.

Однією з найпоширеніших груп методів прогнозування є екстраполяція. Методи прогнозу екстраполяції полягають у вивченні попереднього та сучасного стану розвитку об'єкта і перенесення закономірностей минулого і сучасного на майбутнє [1].

У математиці й статистиці екстраполяція означає продовження динамічного ряду даних за певними формулами, продовження кривої, що характеризувала попередні зміни економічних показників. Екстраполяція застосовується для аналізу та прогнозу розвитку окремих елементів економічної системи, її підсистем, економіки загалом за умови її стабільного розвитку [2].

Ціль даного методу прогнозування – показати, яких результатів можна досягти у майбутньому, якщо просуватися до нього з аналогічною швидкістю, що і в минулому.

Процес використання методу екстраполяції можна поділити на шість етапів [3]:

1. Збір вхідної інформації про значення дослідної характеристики у ретроспективному періоді та побудова часового ряду.

2. Попередня обробка вхідної інформації з ціллю приближення часового ряду до тренду; побудова графіку згладженого часового ряду.

3. Вивчення логіки процесу загалом, у тому числі гіпотези його протікання у майбутньому.

4. Віртуальний аналіз графіку згладженого ряду для приблизного визначення виду відповідного йому тренду з простих функцій.

5. Розрахунок параметрів обраної функції екстраполяції, побудова точкового прогнозу.

6. Розрахунок меж довірчого інтервалу прогнозу; побудова інтервального прогнозу, змістовна інтерпретація отриманих прогнозних результатів.

Екстраполяцію у загальному вигляді можна представити у вигляді певного значення функції:

$$y^* = f(y_t, L, a_i)$$

де  $y^*$  – прогнозоване значення рівня ряду динаміки,

$L$  – період передбачення,

$y_t$  – рівень ряду, прийнятий як база екстраполяції,

$a$  – параметри зрівнювання тренду.

В залежності від особливостей зміни рівнів у рядах динаміки методи екстраполяції можуть бути простими (екстраполяція на основі середнього рівня ряду, екстраполяція за середнім абсолютним приростом, екстраполяція за середнім темпом зростання) та складними (аналітичний метод, адаптивний метод).

При використанні екстраполяції на основі середнього рівня ряду, дослідник припускає, що прогнозований рівень дорівнює середньому значенню рівнів ряду у минулому, тобто  $y^* = \bar{y}$ .

Такий метод екстраполяції можна використати, наприклад, якщо ряд що характеризує один з елементів ринку (попит/пропозицію товарів), не має достатньо чіткої тенденції розвитку, тобто його рівні коливаються навколо середньої величини.

Екстраполяція на основі середнього абсолютного приросту

використовується, якщо загальну тенденцію розвитку можна назвати лінійною.

Для розрахунку прогнозованого значення рівня необхідно визначити середній абсолютний приріст  $\bar{\Delta}$ . Потім, знаючи рівень ряду динаміки, прийнятий за базу екстраполяції, використати формулу:

$$y^* = y_n + \bar{\Delta}t.$$

Прогнозування можна здійснити на основі середнього темпу росту (зниження) ряду динаміки, якщо є підстави вважати, що загальна тенденція ряду динаміки характеризується показною кривою. Прогнозований рівень ряду в цьому випадку визначається за формулою[3]:

$$y^* = y_n \overline{TP},$$

де  $\overline{TP}$  – середній темп росту, розрахований за формулою середньої геометричної величини.

Складні методи екстраполяції передбачають виявлення тенденції, тобто використання статистичних формул.

До переваг даного методу прогнозування відноситься простота збору інформації і розрахунків, можливість здійснення адаптивного прогнозу, що враховує нову інформацію, відносна дешевизна використання.

Недоліками методу є недостовірність прогнозованих даних (за великого періоду передбачення), неможливість передбачити результат за нестабільності, мінливості умов у майбутньому.

Використовуючи даний метод, слід уникати формальної екстраполяції. Формальна екстраполяція передбачає збереження у майбутньому тенденції розвитку об'єкта, що мала місце у минулому. Метод формальної екстраполяції не дає точних результатів та при довгостроковому прогнозуванні може призвести до помилкових результатів. Тому дослідник, що збирається використовувати даний метод, має пам'ятати, що екстраполяція може дати достовірний прогноз лише у стабільних умовах, при стійкій основній тенденції розвитку об'єкту.

#### *Література:*

1. Шука В.Г. Дослідження методів прогнозування та обґрунтування вибору кращого з них для прогнозування показників фінансово-господарської діяльності підприємства / В.Г. Шука, Д.І.Мандрик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2015. – №1. – С.102-104.
2. Економічна енциклопедія: у трьох томах. Т.3 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
3. Бутакова М.М.. Экономическое прогнозирование: методы и приемы практических расчетов: учебное пособие / М.М. Бутакова. – 2 изд., испр. – М.: КНОРУС. – 168 с., 2010.
4. Гаркуша Н.М. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: Навч. посіб. / Н.М. Гаркуша, О.В. Цуканова, О.О.Горошанська. – 2-ге вид., стер. – К.: Знання, 2012. – С.342-345.
5. Попова Н.Л. Екстраполяція як засіб наукового пізнання та інтегративний фактор в науці. – К.: Наук. думка, 1985. – 111 с.

**БРІГЕР А.,**

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: доцент, к.е.н. Євтухова С.М.

## **ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

Актуальність проблеми. Малий бізнес є невід'ємною складовою ринкового господарства та може стати базою створення робочих місць на ринку праці в Україні. В умовах масового закриття державних підприємств та стрімкого зростання безробіття розвиток малого підприємництва надає широкі можливості для працевлаштування різних верств населення.

Запорукою успішного розвитку малого підприємництва є всебічна й стабільна державна підтримка. Саме допомога держави малому підприємству в складних економічних умовах, може забезпечити покращення економічної ситуації в регіонах та у країні в цілому. Тому дослідження сутності й перспектив розвитку малого підприємництва вкрай актуальне.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженню проблем підтримки розвитку малого бізнесу присвятили праці такі українські науковці, як О. Г. Борисов, М. М. Ільчишин, Д. А. Ісаченко, Г. М. Колісник, І. М. Комарницький, та ін. Серед зарубіжних учених особливої уваги заслуговують роботи Дж. Кейнса, Д. Рікардо, Ж. Сея, А. Сміта, Й. Шумпетера та ін.

Мета дослідження полягає у визначенні проблем і перспектив державної підтримки малого бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Останнім часом в Україні все більше уваги приділяють проблемі розвитку та підтримки малого бізнесу.

Малий бізнес є найпоширенішим сектором економіки, та являє собою будь-яку діяльність (виробничу, комерційну, страхову, фінансову та ін.) суб'єктів господарювання, задля реалізації власного економічного інтересу. За підсумками 2017 року у Херсонській області налічувалося 281 середніх і 7824 малих підприємств, тоді як великих було лише 2 [1]. Малим є підприємство середня кількість працюючих якого складає до 50 осіб, балансова вартість активів не перевищує 4 млн. гривень, а чистий дохід не більше 8 млн. гривень.

Державна політика підтримки малого бізнесу – це комплекс заходів держави щодо створення організаційно-правових та фінансово-економічних умов для розвитку малих підприємницьких структур. Основним принципом державної політики є створення сприятливих умов для розвитку малого підприємництва. Підприємці Херсонського регіону очікують на такі заходи державної підтримки малого та середнього бізнесу [2]:

- зменшення кількості документів, необхідних для ведення бізнесу;
- спрощення податкового адміністрування;
- створення рівних умов для всіх суб'єктів бізнесу при веденні господарської діяльності;

- створення єдиного інформаційного ресурсу для бізнесу;
- державна підтримка впровадження енергозберігаючих заходів на підприємстві.

Малий бізнес є джерелом податкових надходжень для країни. Мале підприємство самостійно обирає або загальну систему, або різновид спрощеної системи оподаткування. Перебуваючи на загальній системі оподаткування, мале підприємство є платником податку на прибуток за ставкою 18 % та податку на додану вартість за ставкою 20 %. Протягом січня – жовтня 2017 року суб'єкти господарювання Херсонщини, які обрали спрощену систему оподаткування, обліку та звітності, сплатили до місцевого бюджету 489,6 млн. гривень єдиного податку. Порівняно з відповідним періодом минулого року цей показник збільшився на 137,8 млн. грн. або на 39,2%. За обсягом надходжень «спрощений» податок поступається лише податку на доходи фізичних осіб. Майже половину – 47,2% або 231,2 млн. грн. із загальної суми податку перерахували підприємці. Від аграріїв таврійського краю місцеві скарбниці отримали 198,8 млн. грн. єдиного податку або 40,6 %, а від малих підприємств надійшло 59,6 млн. гривень [3]. Єдиний податок залишається одним із бюджетоформуючих платежів місцевих бюджетів Херсонщини.

Розвиток малого бізнесу є умовою розв'язання таких проблем, як формування конкурентних ринкових відносин, які сприяють кращому задоволенню потреб населення і суспільства; підвищення якості товарів, робіт, послуг і культури обслуговування; малий бізнес додає економіці гнучкості та мобільності; залучення особистих коштів населення на розвиток виробництва; звільнення держави від збиткових підприємств за рахунок їх оренди і викупу.

Висновки. Розвиток малого бізнесу України може розв'язати багато економічних проблем нашої держави, що стосуються усіх сфер життя, підвищити якість товарів і послуг, підвищити рівень економіки та звільнити державу від збиткових підприємств. Малі підприємства Херсонського регіону очікують від держави не прямої підтримки бізнесу, а створення сприятливого середовища для ведення бізнесу усіма підприємствами.

#### *Література:*

1. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Херсонській області [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/ekonomichna-statistika/ekonomichna-diyalnist.html>.
2. Херсонська область: Щорічна оцінка ділового клімату в Україні: 2016 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://lev.org.ua/articles/ABCA2016\\_kherson.html](http://lev.org.ua/articles/ABCA2016_kherson.html).
3. Головне управління ДФС у Херсонській області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://kherson.sfs.gov.ua/dfs-u-regioni/golov-upr/kontakti/-/](http://kherson.sfs.gov.ua/dfs-u-regioni/golov-upr/kontakti/).



**ГОНЧАРЕНКО С.,**

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., проф. Ушкаренко Ю.В.*

## **НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ**

Поняття економічної безпеки слід розглядати у нерозривному зв'язку з поняттям національної безпеки. Національна безпека – захищеність життєво важливих інтересів особистості, суспільства і держави в різних сферах життєдіяльності від зовнішніх і внутрішніх загроз, що забезпечує стійкий розвиток країни.

Економічна безпека – складна економічна категорія, що має досить непросту внутрішню структуру. У цілому поняттю «економічна безпека» притаманні такі характеристики:

- стійкість та стабільність, протидія внутрішнім і зовнішнім загрозам, під якими розуміють міцність і надійність зв'язків між усіма елементами економічної системи, стабільність економічного розвитку держави, стійкість до стримування та знешкодження дестабілізуючих факторів;

- економічна незалежність, що характеризує насамперед можливість для будь-якого суб'єкта економічної безпеки самостійно приймати і реалізовувати стратегічні економічні та політичні рішення для розвитку, можливість використовувати національні конкурентні переваги для забезпечення стабільності та розвитку;

- самовідтворення та саморозвиток. Ця характеристика передбачає створення необхідних умов для ведення ефективної економічної політики та розширеного самовідтворення, забезпечення конкурентоспроможності національної економіки на світовій арені; – національні інтереси. Ця характеристика визначає спроможність національної економіки захищати національні економічні інтереси [1].

Аналіз літературних джерел виявив, що в роботах науковців не існує єдиного підходу щодо визначення поняття «економічна безпека». Економічну безпеку в науковій літературі, відповідно до основних її характеристик, трактують як стан економіки, спроможність (здатність) до сталого розвитку, комплекс заходів протидії загрозам.

Авторами навчального посібника «Економічна безпека» зазначено, що економічна безпека – це такий стан економіки та інститутів влади, за якого забезпечуються гарантований захист національних інтересів, незалежність обраного економічного курсу, соціальна спрямованість економічних реформ, достатній оборонний потенціал навіть за несприятливих умов розвитку внутрішніх і зовнішніх процесів [2]. Слід зазначити, що економічну безпеку розглядають не лише на рівні держави (макрорівні). Так, виділяють такі рівні економічної безпеки:

- мегарівень (глобальна та міжнародна безпека);
- макрорівень (національна безпека);
- мезорівень (регіональна безпека);
- мікрорівень (безпека підприємства);
- нанорівень (безпека особистості).

Згідно з «Методичними рекомендаціями щодо розрахунку рівня економічної безпеки України», економічна безпека – це стан національної економіки, який дає змогу зберігати стійкість до внутрішніх та зовнішніх загроз, забезпечувати високу конкурентоспроможність у світовому економічному середовищі і характеризує здатність національної економіки до сталого та збалансованого зростання [3].

Підвищення економічної безпеки України залежить від можливості невідкладної реалізації принципово нової економічної моделі розвитку, каталізатором якої можна розглядати сучасну кризу. Має бути застосована всеохоплююча ревізія та сформовані плани консервації технологічних процесів та виробничих фондів, модернізувати які не має економічного сенсу. Принциповим є розширення міжнародного співробітництва України для підвищення рівня інноваційності на основі випереджального залучення іноземного технологічного та інноваційного капіталу. Прогрес у відчутному збільшенні ВВП можливий лише на новій технологічній основі, розвантаженні ключових дисбалансів та досягненні інклюзивного розвитку (тобто підвищення рівня доходів для всіх категорій населення) [4].

Отже, нині науковці не мають єдиної думки щодо трактування поняття економічної безпеки. Слід зазначити, що основними характеристиками економічної безпеки є стійкість та стабільність, протидія внутрішнім і зовнішнім загрозам, економічна незалежність, самовідтворення та саморозвиток, національні інтереси.

Подальший розвиток країни, її економічне зростання неможливі без подальших теоретичних досліджень щодо економічної безпеки для своєчасного виявлення загроз, а також практичного втілення отриманих результатів у життя в напрямі нейтралізації дестабілізуючих факторів.

#### *Література:*

1. *Економічна безпека: [навч. посіб.] / О.Є. Користін, О.І. Барановський, Л.В. Герасименко [та ін.]; за ред. О.М. Джужі. – К.: Алерта; КНТ; Центр учбової літератури, 2010. – 368 с.*

2. *Варналій З.С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення: [монографія] / З.С. Варналій, Д.Д. Буркальцева, О.С. Наєнко; за заг. ред. проф. З.С. Варналія. – К., 2011. – 299 с.*

3. *Тропіна В.Б. Економічна безпека: теоретичні аспекти дослідження / В.Б. Тропіна, І.В. Губенко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2011. – № 2(10). – С. 16–22.*

4. *Вареник В.М. Аналіз методик розрахунку економічної безпеки України / В.М. Вареник // Академічний огляд. – 2016. – № 1. – С. 70–79 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao\\_2016\\_1\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ao_2016_1_9).*

**ГРИДАСОВ О.,**

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Федяєва М.С.

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ ТА ШЛЯХІВ ПОКРАЩЕННЯ**

В сучасних умовах в Україні спостерігаються загрозові для економічної безпеки явища на ринку нерухомості, пов'язані з корупційними схемами, підвищеною спекулятивною активністю та створенням тіньових «пірамід» на ринку житла, а також з фінансовою кризою. До 2009 року відбувалося різке підвищення цін на нерухомість в усіх областях України. Загалом, протягом 2008-2017 рр. вартість житла у Києві та обласних центрах (Дніпропетровську, Донецьку, Одесі, Львові, Тернополі) зросла на 500-600%. Оскільки за цей час ВВП збільшився всього на 40%, а середня заробітна плата – у 2,7 рази, очевидно, що лише зростанням цих фундаментальних економічних чинників не може бути пояснене настільки стрімке подорожчання нерухомості [2].

Причинами відзначених негативних тенденцій слід вважати:

- корупційні дії чиновників, що спричиняють штучне підвищення чи підтримання необґрунтовано завищених цін на житло;
- недосконалість Закону України «Про інвестиційну діяльність», в якому не обмежується рівень готовності житлового об'єкту, який підлягає продажу [1];
- кредитування не лише потенційних покупців житла, але й будівельних організацій, за якого самі банки вкладають кошти у великі інвестиційні проекти з огляду на їх високу дохідність, що робить для банків не вигідним і навіть ризиковим здешевлення житла чи навіть припинення тенденції до його подорожчання [3].

Негативними наслідками відзначених негативних тенденцій на ринку нерухомості є:

- 1) завищення вартості української нерухомості порівняно з іншими країнами світу за обома критеріями: «житло/заробітна плата» і «житло/рента»;
- 2) «омертвіння» капіталу внаслідок надмірних вкладень у непродуктивні сектори ринку нерухомості;
- 3) збільшення потреби у зовнішніх запозиченнях через перевищення обсягами кредитування акумульованими на депозитних рахунках заощаджень;
- 4) створення перешкод для функціонування ринку праці у зв'язку з утрудненням мобільності робочої сили [5].

Шляхи покращення стану ринку нерухомості в Україні:

З метою поліпшення ситуації на ринку нерухомості вважаємо за доцільне здійснити такі заходи:

- забезпечити організацію прозорих тендерів щодо будівництва житла за Програмою молодіжного житлового кредитування;

- заборонити продаж житла інвестиційними компаніями, якщо його готовність не досягла 70-90 %;
- запровадити обмеження банківського кредитування в іноземній валюті на придбання житла;
- запровадити прогресивний податок на нерухомість (розрахунки свідчать, що запровадження ставки податку на рівні 1-2% в середньому знижує вартість житла на третину);
- цілеспрямовано здійснювати наближення цін на житлово-комунальні послуги до економічно обґрунтованої реальної вартості [3].

Основними механізмами стимулювання розвитку ринку нерухомості нині слід визначити такі:

1. Організаційно-економічні, що здатні забезпечити розвиток інфраструктури ринку.
2. Інвестиційні, що формували б інвестиційну привабливість об'єктів нерухомого майна окремих регіонів країни.
3. Податкові, які створювали б умови не «заоподатковування», а встановлення рівня оподаткування об'єкта нерухомості залежно від його інвестиційної привабливості, за диференційованими ставками [4].

Для досягнення поставлених завдань необхідно: сформувати реєстр об'єктів нерухомості, що перебувають у державній власності; чітко розмежувати й скоординувати повноваження всіх державних органів, що здійснюють функції розпорядження та управління окремими категоріями нерухомого майна; здійснити перехід до пооб'єктного управління об'єктами нерухомості, що становлять єдиний майновий комплекс; забезпечити застосування механізму ринкової оцінки при використанні державної нерухомості; забезпечити професійну підготовку державних службовців, що здійснюють управління державною нерухомістю.

#### *Література:*

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» [Режим доступу:] <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
2. Завора Т. Становлення ринку житла в Україні / Т.М. Завора// *Регіональна економіка*. – 20017. – № 1. – С. 87-95.
3. Павлов В. Механізми стимулювання розвитку сучасного ринку нерухомості // *Регіональна економіка*. – 2005. – № 2. – С. 67-75.
4. Павлов В. Особливості формування ринку комерційної нерухомості // *Регіональна економіка*. – 2006. – № 1. – С. 191-199.
5. Шевчук В. Передумови та загрози перегріву ринку нерухомості // *Стратегічні пріоритети*. – 2009. – № 1. – С. 118-127.

**ЄВСТАФ'ЄВА А.,**

студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

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

## **МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ**

На сьогоднішній день в умовах посилення процесів глобалізацій все більшого значення набувають питання пов'язані зовнішньоторговельними відносинами. Літературний огляд джерел присвячених теоретичним засадам здійснення зовнішньоекономічної діяльності показав, що в Українському законодавстві та наукових статтях не визначено чітко співвідношення понять “зовнішня торгівля”, “зовнішньоторговельна діяльність”, “міжнародна торгівля”, “міжнародна торгово-економічна діяльність”, “зовнішньоекономічна діяльність”. В більшості випадків ці поняття ототожнюють, використовуючи як синоніми, в інших розділяють. Тому в роботі сформовано таблицю підходів до визначення зазначених понять з позиції різних авторів.

*Таблиця 1*

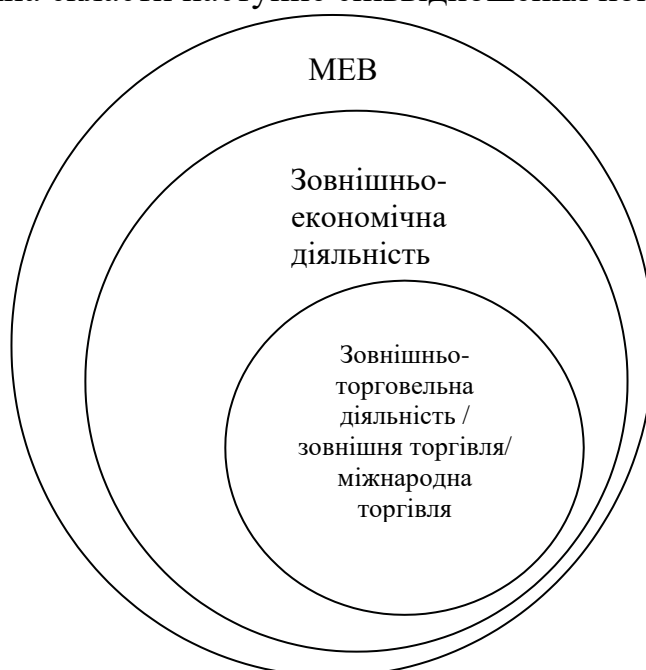
**Підходи до визначення понять “зовнішня торгівля”, “зовнішньоторговельна діяльність”, “міжнародна торгівля”, “міжнародна торгово-економічна діяльність”, з позиції різних авторів.**

<b>Автор</b>	<b>Визначення</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
<b>Зовнішня торгівля</b>	
Шершеневич Г.Ф. [1, С. 25]	Зовнішня торгівля – це вид торгівлі, що здійснюється між державами, між виробниками і споживачами, які належать до різних держав.
Попова А.А. [2, С.257]	Зовнішня торгівля – це вид зовнішньоекономічної діяльності являє собою посередництво в тому чи іншому виді господарської діяльності українського суб'єкта між українськими виробниками і іноземними споживачами, що має місце як на території України, так і за її межами.
Толстая К.І. [3, С.89]	Зовнішня торгівля – це вид зовнішньоекономічної діяльності, як особливу, складну форму господарювання, яка виходить за межі господарювання національного ринку і має специфічні риси в якості товарів, робіт, послуг; об'ємів експорту-імпорту; відповідності; поставок.
<b>Зовнішньоторговельна діяльність</b>	
Міхеєва О.Г. [4]	Зовнішньоторговельна діяльність – це будь які операції, що передбачають передачу права власності на товари та /або послуги та передбачають перетин ними митного кордону держави.
Беляков О.О. [5]	Зовнішньоторговельна діяльність – це діяльність суб'єктів господарювання у галузі міжнародного обміну товарами, роботами, послугами, інформацією та іншими факторами виробництва.
<b>Міжнародна торгівля</b>	
Козак Ю.Г. [6]	Міжнародна торгівля – це торгівля між резидентами різних країн, якими можуть виступати фізичні та юридичні особи, фірми, ТНК, некомерційні організації тощо. Вона передбачає добровільний обмін товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці між сторонами торговельної угоди.

1	2
Бураковський І. [7]	Міжнародна торгівля – це сфера товарно-грошових стосунків, яка є сукупністю зовнішньої торгівлі всіх країн світу. Це історично перша форма міжнародних економічних зв'язків, що являє собою обмін товарами і послугами між державно оформленими національними господарствами (державами).
Міжнародна торгово-економічна діяльність	
Попок С.В. [8]	Міжнародна торгово-економічна діяльність – це економічні зв'язки суб'єктів господарювання країни з суб'єктами господарювання інших регіонів світу, що є спрямованим на реалізацію за кордон товарів та послуг на базі використання регіонального експортного потенціалу на які зводяться до закупівлі товарів та послуг для задоволення внутрішніх потреб країни за підтримки міжнародного руху капіталу, технологій, інформації та міжнародної міграції робочої сили.

Необхідно зазначити, що Закон України про «Зовнішньоекономічну діяльність» не дає визначення поняття міжнародної чи зовнішньої торгівлі, а визначає лише поняття зовнішньоекономічна діяльність, яка є діяльністю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на відносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [9]. Проте відповідно до зазначеного закону операції з експорту і імпорту, які належать до зовнішньої торгівлі є видами ЗЕД.

Відповідно можна скласти наступне співвідношення понять (рис. 1.).



**Рис.1. Співвідношення понять «міжнародні економічні відносини», «зовнішньоекономічна діяльність», «зовнішня торгівля», «міжнародна торгівля»**

Таким чином Зовнішню торгівлю за своєю суттю можна розуміти, як вид торгівлі, вид зовнішньоекономічної діяльності, певну форму здійснення господарської діяльності та міжнародних економічних відносин.

#### **Література:**

1. Шершеневич Г.Ф. Учебник торгового права / Габриэль Шершеневич. – М.: Фирма “СПАРК”, 1994. – 250 с.
2. Попов А.А. Торговое право: Учеб. Пособие / А.А. Попов. – Х.: Каравелла, 1999. – 320 с.
3. Толстая К.И. Совершенствование правового регулирования внешней торговли / К.И. Толстая // Державне регулювання торгівлі в ринкових умовах: Матеріали міжнар. наук. – практ. конф. (24–26 жовтня 2001 року, Київ) / Відп. ред. А.А. Мазаракі. – К., 2001. – 350.
4. Міхеєва О.Г. Роль міжнародного права здійсненні митно-тарифного регулювання зовнішньоторгівельної діяльності України: Автореф. дис... канд. юрид. наук: 12.00.11 “Міжнародне право” / О.Г. Міхеєва. – Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2003. – 19 с. – С. 14.
5. Беляков О.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності підприємств торгівлі в Україні / О.О. Беляков // Держава та регіони. – 2002. – №4. – С. – 17-19.
6. Міжнародна торгівля : підруч. для студ. вищ. навч. закл. [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Барановська М.І. та ін.]; За редакцією Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.І. Барановської [4-те вид.] – К.: Центр учбової літератури, 2010 – 441 с.
7. Бураковський І. Теорія міжнародної торгівлі / Ігор Бураковський,; Ред. Ю.Набока. – К.: Основи, 1996. – 240 с
8. Попок С.В. Теоретичні аспекти дослідження міжнародної торговельно-економічної діяльності на регіональному рівні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/35505/13-Popok.pdf?sequence=1>
9. Про зовнішньоекономічну діяльність :Закон України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.zakon4.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

**ЗЕЛЕНСЬКИЙ М.М.**

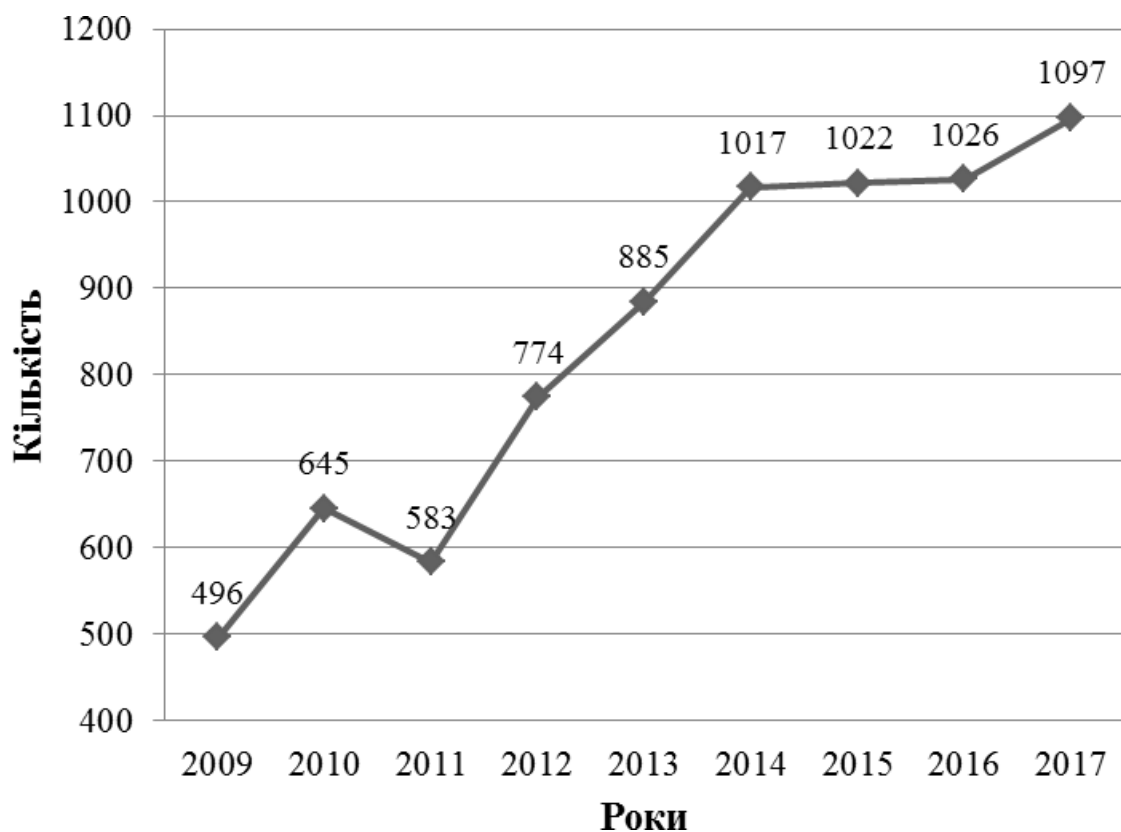
студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.

## **ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В УКРАЇНІ**

Кооперація є одним з із стратегічних напрямів розвитку аграрного сектора України. Проте гострою проблемою на сьогоднішній день залишається відсутність масового кооперативного руху на селі, який сприяв би подальшому розвитку інфраструктури аграрного ринку, позитивно впливав на цінові коливання на продовольчому ринку, створював прозору мережу заготівлі та збуту сільськогосподарської продукції.

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 2017 р. склала 1097 одиниць. За період 2010-2016 рр. їх кількість зросла на 448 одиниць (рис. 1). Проте, із загальної кількості зареєстрованих СОК реально здійснюють господарську діяльність лише 589 одиниці, що складає 54%.



**Рис. 1 Динаміка зміни кількості обслуговуючих кооперативів в Україні за 2009-2017 рр.**

Джерело: складено автором за даними [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. Учасниками обслуговуючих



кооперативів реалізовано 48,7 тис. т молока, 200 т м'яса, 2,8 тис. т зерна, 3,2 тис. т плодоовочевої продукції, сплачено податків на суму 14 млн. грн.

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 (подібне фінансування у 2017 р. становило 65 млн. грн.) 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 агропродукції 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.

#### **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>.

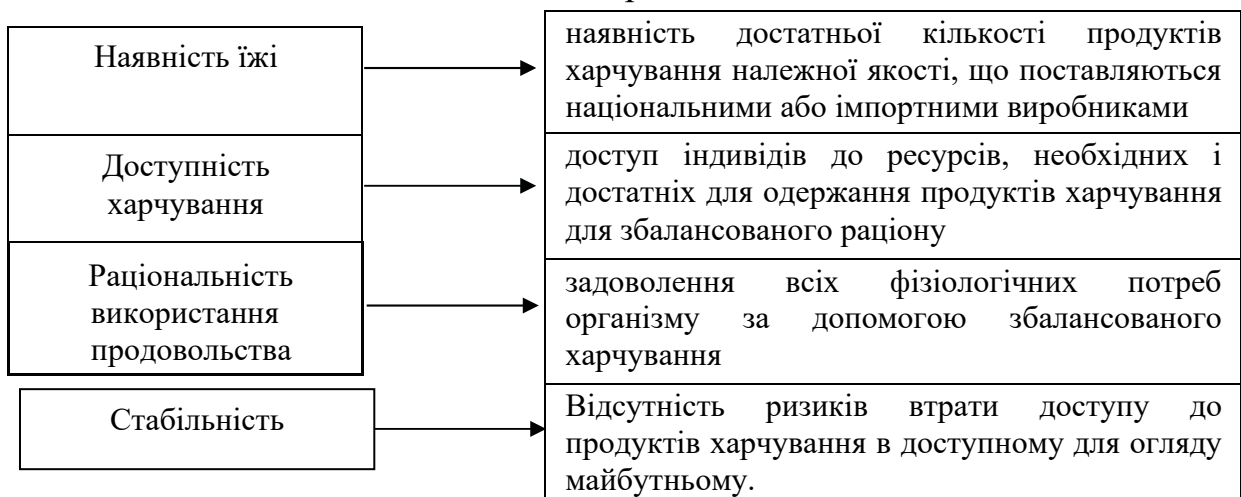
**КРИМЦЕВА Т.І.**,  
аспірантка кафедри економіки та міжнародних  
економічних відносин  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.

## МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Процеси глобалізації, які відбуваються у сучасному світі, проявляються практично в усіх сферах людської діяльності. Об'єднуючи світ і формуючи нові зв'язки, глобалізація породжує і загальнолюдські – глобальні проблеми. Однією з першочергових, життєво важливих проблем всього людства, сьогодні є забезпечення продовольчої безпеки. Ризики і загрози продовольчої безпеки країни пов'язані зі світовою продовольчою кризою, яка в останні роки приймає хронічну форму.

Продовольча безпека країни є одним з головних чинників забезпечення національної безпеки держави, оскільки посилення продовольчої залежності в умовах глобалізації світової економіки послаблює її та підвищує можливість завоювання внутрішнього ринку іноземними сільгоспвиробниками.

Провідні країни світу розглядають продовольчу безпеку як важливу умову внутрішньої політичної та соціально-економічної стабільності країни, а також зовнішньої незалежності. Кожна країна, незалежно від свого рівня розвитку, прагне гарантувати достатній раціональний рівень харчування для всіх верств населення як за нормальних умов так і за умов надзвичайних обставин, таких як, війна, стихійне лихо, криза і т. д [2].



**Рис. 1. Фактори забезпечення продовольчої безпеки**

Джерело: адаптовано [1]

Питання продовольчої безпеки опинилося в центрі уваги світової політики й економіки на початку 70-х років ХХ століття, коли виникла

проблема дефіциту світових продовольчих ресурсів, що спонукало один з найбільших міжнародних органів ООН – Продовольчу і сільськогосподарську організацію (ФАО) розробити міжнародну стратегію продовольчої безпеки. За визначенням ФАО «продовольча безпека існує в тому разі, якщо всі люди в усі часи мають фізичний і економічний доступ до достатньої кількості безпечної і поживної їжі, що відповідає їх дієтичним та харчовим уподобанням, для забезпечення активного і здорового життя». Фактори забезпечення продовольчої безпеки (рис. 1) повинні здійснюватися у всіх сферах одночасно.

Ідея створення єдиної європейської системи забезпечення продовольчої безпеки, захисту від дешевого імпорту з метою підтримки власного товаровиробника й підтримки продовольчого експорту в країнах Євросоюзу з'явилася після Другої світової війни, коли виникла проблема дефіциту продуктів харчування. Найважливішою умовою гарантованості забезпечення є створення резервів продовольства, які сприяють нормальному наповненню ринку і стабільності цін. За оцінками ФАО до 2030 року виробництво зерна у світі складе 80% потреби, виробництво м'яса – 86%, потреби в морепродуктах будуть покриті всього на 60%, а резерв країни повинен становити 10 – 12% річної потреби [1].

І як наслідок, Римський договір передбачав формування єдиної продовольчої політики співтовариства, метою якої стало:

- забезпечення гарантованого продовольчого постачання;
- оптимального використання факторів виробництва;
- забезпечення гідного рівня життя сільським мешканцям;
- стабілізація аграрних ринків;
- збільшення продуктивності сільгоспвиробництва шляхом технічного переоснащення і забезпечення раціонального розвитку;
- забезпечення доступних цін на продовольство для споживачів [4].

Таким чином, забезпечення людини продовольством є проблемою, що повинна розв'язуватись у глобальному вимірі і стратегія продовольчої безпеки, має бути спрямована на: забезпечення доступу всіх верств населення до наявного продовольства; забезпечення необхідної кількості продовольства за рахунок власного виробництва і при необхідності – за рахунок імпорту; підтримку стабільності продовольчого постачання за рахунок скорочення коливань пропозиції і врожайності, адекватного управління національними запасами продовольства, розвитку транспортної інфраструктури та систем збуту.

#### **Література:**

1. 2018. *Отчет о глобальной продовольственной политике*. – Washington: International Food Policy Research Institute, 2018. – 53 с.
2. Гойчук О. І. *Продовольча безпека. Монографія* / О. І. Гойчук. – Житомир: Полісся, 2004. – С. 42.
3. Голікова К. П. *Продовольча безпека держави: сутність, структура та особливості її забезпечення* / К. П. Голікова // *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*, 2012, вип. 22, ч II – С. 2.

4. Римська Декларація про всесвітню продовольчу безпеку і План дій Всесвітньої зустрічі на вищому рівні з проблем продовольства, [Електронний ресурс] / Продовольча і сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй. – Режим доступу: [http://www.rau.su/observer/N34\\_97/019](http://www.rau.su/observer/N34_97/019)

**Лук'яненко О.,**

здобувач кафедри європейської економіки і бізнесу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»  
Науковий керівник: д.е.н., професор Чужиков В.І.

## **НОВІТНІ ПРОЯВИ ГЛОБАЛЬНОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ ПРОБЛЕМИ**

Продовольча проблема супроводжувала людство протягом усієї його історії, що зумовлювалось кліматичними, технологічними, економічними, зачасти політичними факторами за нерівномірного і асиметричного розподілу природних ресурсів і народонаселення. У процесі розвитку міжнародної торгівлі та агробізнесу, політичного, соціального та морального прогресу людської цивілізації ця проблема у ХХ ст. набула реального статусу глобальної [1].

Навіть у форматі глобальних проблем людства ХХІ ст. ресурсне забезпечення продовольством та освоєння Світового океану та пов'язані з ними проблеми зростання народонаселення, екології та здоров'я людини займають чільні місця поряд з соціальною нерівномірністю, безпекою розвитку та інформатизацією. Загальна оцінка сімнадцяти цілей сталого розвитку (RІO, 2012) за їх важливістю (максимальне значення – 8) дванадцяту позицію посідає «Забезпечення умов для сталого споживання та виробництва», а чотирнадцяту – «стале споживання ресурсів океанів і морів». Серед ТОП-10 глобальних проблем майбутнього Г. Колодко позиціонує «Використання природних ресурсів і боротьбу за доступ до них» вище проблем демографії, міграції, бідності і соціальної нерівності, можливостей науково-технологічного прогресу, політичних конфліктів та війн [2].

В прогнозі глобальних трендів Національної Ради з розвідки США до 2030 р. [3], експерти, відзначаючи зростання населення Землі на 1,2 млрд чол., серед чотирьох базових технологій, що суттєво впливатимуть на економічний, соціальний і екологічний прогрес, також називають новітні інноваційні розробки для вирішення саме продовольчої проблеми.

Попри бурхливий науково-технологічний прогрес у сфері агровиробництва, бажання і можливості транснаціональних корпорацій задовольнити глобальний попит на продовольство насамперед ГМО-продукцією, генерація підходів і засобів вирішення проблеми глобальної продовольчої асиметрії (нерівномірна перенаселеність, нестача продовольства для 1 млрд людей, стихійні лиха, воєнні конфлікти, неадекватна політика урядів, все частіші спалахи голоду) залишається критично важливим «питанням дня» для сучасного суспільства, вирішення якого на принципах кооперації, солідарності, субсидіарності та сталості розвитку потребує політичної,

інституціональної, організаційної та колосальної ресурсно-фінансової консолідації у якісно новій парадигмі глобального управління.

**Література:**

1. Власов В.І. Глобальна продовольча проблема / В.І. Власов. – К.: Інститут аграрної економіки, 2001. – 506 с.
2. Колодко Г.В. Куда идет мир: политэкономия будущего / Г.В. Колодко. – М.: Магистр, 2014. – 544 с.
3. *Global Trends 2030: Alternative Worlds. Publication of the National Intelligence Council. December 2012.* – 160 p. Available at: <https://globaltrends2030.files.wordpress.com/2012/11/global-trends-2030-november2012.pdf>

**МАКУХА С.,**

к.е.н., доцент,

доцент кафедри загальної економічної теорії та економічної політики  
Одеський національний економічний університету,

## **ЕКОНОМІКА ЗНАНЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Стрімкі зміни глобального світу перетворили знання на провідний драйвер радикальної трансформації економіки. Змінюється як зміст, так і роль знань в системі матеріального виробництва та економічних відносин, а сама економіка трансформується в економіку знань. Об'єктивною причиною таких змін стала сформована структура економічної системи, умови і способи існування різних частин якої у межах світового господарства, в свою чергу, задаються станом і якістю знань. Визначальним фактором формування зазначеної структури економічної системи було те, що внаслідок концентрації та централізації капіталу сформувалися великі транснаціональні об'єднання, які перетворилися на домінуючу економічну силу, здатну монополізувати виробництво та галузеві ринки. В такій системі закономірним результатом стало розмивання національних кордонів, що призвело до формування багаторівневої світової економічної моделі. Вищій рівень являє економіка провідних країн, а нижчій – економіка слаборозвинених, залежних країн, яка вбудована в глобальну економічну систему для її обслуговування. Крім того, з розвитком економіки та ускладненням технологій зростає потреба в інвестиціях як наслідок прагнення до зростання продуктивності і доходів. Але такий механізм через внутрішні обмеження та убування доходності стикається з ситуацією, коли подальше зростання інвестицій не забезпечує таке ж саме зростання продуктивності та доходів і навіть виникають тенденції до їх зниження. В результаті найбільш ефективним фактором економічного розвитку стає науково-технічний прогрес, значно зростає роль знань, які мають свої особливості на кожному економічному рівні. Інтернаціоналізація виробництва через поглиблення світового розподілу праці акумулює найбільш передові знання та технології в центрах, а на периферії продовжують домінувати технології «вчорашнього дня», які ще можуть забезпечити розширене

відтворення капіталу в даних умовах і в яких вже не зацікавлені провідні центри.

Дійсність підтверджує провідну роль розвинутих країн у продукування знань. Наприклад, складений Національним науковим фондом США (US National Science Foundation) рейтинг країн світу за рівнем науково-дослідницької активності, який розраховується за кількістю науково-дослідних статей, опублікованих в рецензованих наукових виданнях (National Science Foundation. Science and Engineering Indicators) свідчить, що станом на 2011 рік (показники опубліковані в 2014 році) із загальної кількості публікацій 60,7% припадає на найбільш розвинені країни на чолі з США, які займають з 211 країн перше місце [1]. Для України зазначені питання стоять особливо гостро. Так, за даними Національного фонду фундаментальних досліджень США протягом останніх років вища освіта та наука, за сукупними показниками, перемістили Україну з 32-го на 40-е місце у світі. Зокрема, протягом останнього десятиліття Україна за кількістю наукових публікацій з високим імпаکت-фактором швидко втрачала свої позиції, приблизно з темпом 3,6 % на рік [2, с. 7].

В результаті, зниження рівня якості підготовки людського капіталу почало безпосередньо впливати на втрату конкурентоздатності країни у світі. Виробництво в Україні високотехнологічної продукції, яка створювалася на основі наукомістких знань, та її експорт протягом останніх років коливалися на рівні 5 %, тоді як, наприклад, для Китаю цей показник за такий само відрізок часу зріс більше, ніж удвічі – з 13 % до 27 % [2, с. 7-8]. За даними Світового економічного форуму в Давосі 2015 року, співпраця української вищої школи та науки з вітчизняною промисловістю у галузі її високотехнологічного переозброєння протягом останніх 10 років була найнижчою в Європі.

Цей чинник став одним з головних, що зумовив падіння рівня конкурентоздатності України, особливо під час глобальної економічної кризи, з 67-го місця у 2006 році на 76-те у 2014 у списку понад 144 країн світу [2, с. 8]. Фактична щорічна цифра загальних видатків на наукові та науково технічні роботи в країні у 2011 – 2013 рр. становила 0,8% ВВП, а у 2014 і 2015 рр. вона зменшилася до критично низького рівня – відповідно, 0,69% і 0,64% ВВП. У 2012 р. витрати на науку в Японії становили 3,33% ВВП (у тому числі за рахунок бюджету – 2,3%), у США – відповідно, 2,79% ВВП і 1,95%, у Німеччині – 2,78% ВВП і 1,95%, у країнах ЄС – 1,9% ВВП і 1,23%, у Росії – 1,24% ВВП і 0,37% [3, с. 71 – 72].

Усе зазначене свідчить про недостатню якість підготовки людського капіталу що безумовно впливає на вибір раціонального варіанту розвитку національної економіки України.

Сьогодні знання визначають основні умови і сутність виробництва, нову структуру та нову якість зайнятих і тому є визначальним засобом досягнення соціально-економічних результатів. Під впливом розвитку знань змінюються макроекономічні умови функціонування економіки – процес виробництва усе в більшій мірі стає заснованим на знанні, досягненнях та результатах їх впровадження. Розуміння цього дає можливість з інших позицій підійти до

аналізу багатьох факторів сучасного життя з метою виявлення найбільш суттєвих тенденцій соціально-економічного розвитку України.

**Література:**

1. Рейтинг стран мира по уровню научно-исследовательской активности. Гуманитарные технологии, аналитический портал ISSN 2310-1792 [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://gtmarket.ru/ratings/scientific-and-technical-activity/info>
2. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015–2020 роки) і довгостроковий (2020–2030 роки) часові горизонти [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/Foresight-2015.pdf>
3. Прутуляк Н.М. Оцінка рівня розвитку національного людського капіталу в Україні /Н.М. Прутуляк // Економіка України. – 2017. – №12 (673). – С. 68-85.

**МИХАЙЛОВА В.О.,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри інформатики, програмної інженерії та економічної кібернетики,  
Херсонський державний університет,

**ФЕДОРЕНКО В.,**

студент IV курсу  
факультету комп'ютерних наук, фізики та математики

## **ПОІНФОРМОВАНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ – ЗАПОРУКА АКТИВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Однією з проблем сучасного розвитку українського суспільства є мала економічна поінформованість громадян. Несформоване розуміння важливості інформації спостерігається також у суб'єктів ринку цінних паперів.

З точки зору інформаційності ринок цінних паперів не схожий на інші ринки за багатьма параметрами. Інформація щодо обороту фінансових інструментів не має абсолютного значення. Ймовірність її обумовлена своєрідністю об'єктів купівлі-продажу.

Цінні папери – фіктивний капітал, який є дублікатом реально існуючого або вкладення в них взагалі не репрезентує ресурси на створення продукції, надання матеріальних послуг. У значній мірі обіг цінних паперів відокремлений від реальних подій в економіці.

Інформація щодо кон'юнктури ринку цінних паперів має викривлення при багаторазовому продажу фінансових інструментів. Компанії з метою отримання доходів створюють ілюзії зростання попиту, неодноразово пускаючи в обіг власні папери, розміщують «липові» цінності незалежно від фактичного стану.

Перекручення (спотворення) інформації спостерігається також у спекулятивній діяльності посередників, які одержують курсову різницю на перекупці. Штучна зміна попиту і пропозиції цінних паперів, сильна протидія «биків» і «ведмедів» чинить психологічний вплив на учасників ринку, веде або до скидання, або до активної купівлі.

Активна економічна діяльність суб'єктів ринку цінних паперів вимагає наявності інформації.

На різних етапах кругообігу цінних паперів подання та доступність інформації відрізняється. Найбільш повна інформація надається при перших і повторюваних емісіях цінних паперів. Вона відкрита, вільно публікується, реєструється, контролюється, що стимулює зростання купівлі-продажу фінансових інструментів. За умови відсутності прозорих та постійно поновлюваних каналів інформації щодо емітентів активність іноземних і вітчизняних інвесторів ускладнюється.

На етапі перепродажу цінних паперів на неозначеному ринку наявність інформації обмежується, не завжди ураховується у порівнянні з біржовим. На біржовому ринку фіксується інформація про організаторів і умови торгівлі, підприємствах, які пройшли лістинг, коливання і коригування цін.

Подання інформації в усній та друкованій формах дозволяє її використовувати при прийнятті рішень щодо формування портфеля цінних паперів, є важливим фактором розвитку бізнесу на фондовому ринку.

Важливою умовою ефективної діяльності агентів ринку цінних паперів є достовірність інформації про його стан, динаміку, структуру. Низька достовірність стримує функціонування ринку.

Викривлення інформації обумовлено складністю підрахування даних через великі обсяги контрактів з цінними паперами в розрізі організаторів торгівлі і фінансових інструментів, наданні відомостей на основі вельми приблизних оцінок купівлі-продажу цінних паперів на неорганізованому ринку.

Фірми, які пропонують інформаційні послуги, можуть усвідомлено вводити в оману неосвідченого учасника ринку цінних паперів через приховання справжньої суті при використанні лише одного індикатора або комбінації методів аналізу, які суперечать один одному. Це породжує відштовхування підприємств від емісії, перепродаж фінансових інструментів.

Але належний технічний аналіз з використанням спеціальних комп'ютерних програм дозволяє виявити тренди цінних паперів, їх спрямованість і розвороти, які вказують інвесторам на доцільність вкладання коштів або необхідність позбавлення від цінних паперів, від купівлі з метою уникнення значних фінансових збитків.

Одна з проблем ринку цінних паперів полягає у різноманітних уявленнях суб'єктів щодо інформації. Багато компаній недостатньо добре обізнані у питанні розміщення цінних паперів, тому що лише іноді здійснюють первинні випуски, не беруть участь у подальшому їх просуванні.

Краще розуміють інформацію постійні учасники торгів – великі фірми, які є емітентами, продавцями-покупцями цінних паперів.

Збагнута інформація організатором торгівлі – професійними посередниками, які активно діють на ринку цінних паперів. Вони добре розуміють власну справу, аналізують можливості інвесторів, консультують і виконують бажання замовників, допомагають один одному, забезпечують службовців навчальним матеріалом.



Але навіть трейдери при аналізі ринку, методами, що використовують фільтрацію чи математичну апроксимацію, особливо не вникають в суть побудови.

Найкраще обізнані фірми-консультанти, які подають оперативну інформацію з достатнім аналізом загальної ситуації на ринку цінних паперів в цілому, в розрізі його основних сегментів.

Значна частина населення є інформаційно неосвідченою, не має теоретичних знань, практичних навичок, тому не може бути справжнім суб'єктом фондового ринку.

Активізація економічної діяльності суб'єктів ринку цінних паперів потребує використання низки заходів:

- постійна та ефективно функціонуюча інформаційна підтримка фондового ринку;
- удосконалення інформаційної системи, яка зберігає інформацію за учасниками первинного та вторинного ринку фінансових цінностей;
- створення умов зростання кількості фірм, відділів на підприємствах – консультантів, які пов'язані з аналізом ринку цінних паперів;
- розробка нових інформаційних продуктів, які здатні до автоматизованого технічного аналізу фондового ринку;
- підготовка спеціалістів – консультантів з використання фінансових інструментів, їх програмування, сприяння зайнятості таких консультантів;
- створення умов для поширення інформації серед широкого кола населення, неперервна фінансова освіта суб'єктів ринку цінних паперів.

#### **Література:**

1. Руда О.Л. Функціонування фондового ринку України, проблеми та перспективи розвитку / О.Л. Руда // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – № 6. – С. 734-738.
2. Офіційний сайт національної комісії з цінних паперів та фондового ринку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nssmc.gov.ua/>

**МОСЕЙЧУК Є.,**

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту,

Науковий керівник: к.е.н., доцент Федяєва М.С.

## **КРИПТОВАЛЮТА ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ СВІТОВОЇ ТОРГІВЛІ**

Криптовалюта – різновид цифрової валюти, створення і контроль за якої базуються на криптографічних методах. Як правило, облік криптовалют децентралізований. Функціонування даних систем засновано на таких технологіях як блокчейн, спрямований ациклічний граф, консенсусний реєстр (ledger) і ін. Інформація про транзакції зазвичай не шифрується і доступна у відкритому вигляді [1].

Криптографія для конфіденційних платежів почала використовуватися з 1990 року в системі DigiCash [en] Девіда Чома, компанія якого збанкрутувала в 1998 році. Ця платіжна система була централізованою [2].

Вперше термін «криптовалюта» почав використовуватися після появи групою людей під псевдонімом Сатоши Накамото.

Пізніше з'явилися Форк: Namecoin (децентралізована DNS для реєстрації всередині доменної зони .bit), Litecoin (використовує хешування scrypt), PRCoin (використовує гібридний механізм proof-of-work / proof-of-stake, не має верхньої межі обсягу емісії), Novacoin (аналогічна PRCoin, але використовує scrypt) і безліч інших [2].

До липня 2013 року програмне забезпечення всіх криптовалют, крім Ripple, базувалося на відкритому вихідному коді системи «біткойн». С липня 2013 року стали з'являтися інші платформи, які крім криптовалюта підтримують різну інфраструктуру – біржову торгівлю, магазини, месенджери та інше. До таких кріптоплатформам відносяться: BitShares, Mastercoin, Nxt. Анонсуються і інші платформи [3].

Ключовою особливістю криптовалют є відсутність будь-якого внутрішнього або зовнішнього адміністратора. Тому банки, податкові, судові та інші державні або приватні органи не можуть впливати на транзакції будь-яких учасників платіжної системи. Передача криптовалют незворотна – ніхто не може скасувати, заблокувати, оскаржити або примусово (без приватного ключа) здійснити транзакцію.

Технологія криптовалют виходить з того, що в мережі немає довіреної вузла – того, чії дії гарантовано істинні і хто може підтвердити коректність чужих операцій (завдання візантійських генералів). Вперше ця проблема була вирішена в системі «біткойн» за рахунок штучного ускладнення внесення змін до реєстру історії операцій.

Для зберігання даних транзакції об'єднуються в блоки, з яких формується безперервний ланцюжок (блокчейн). Безперервність забезпечується не стільки нумерацією, скільки включенням в поточний блок хеш-суми попереднього блоку, що не дозволяє змінити інформацію в блоці без зміни хешів у всіх наступних блоках. Все хеші відповідають певним вимогам, згенерувати хеші, які задовольняють цим вимогам, займає багато часу або дуже дорого.

Справжньою вважається тільки найдовша ланцюжок. У різних криптовалюта право сформувавши черговий блок отримує виконавши певну роботу (Proof-of-work), що має деяку суму на рахунок (Proof-of-stake), який надав деякі ресурси (Proof-of-space) або за основу береться інша процедура, яку легко перевірити, але складно виконати або підробити [4].

У розвитку криптовалют наступним стала поява альткойнів (від англ. Altcoin, alternative coin) – так називають всі криптовалюти, що з'явилися після біткойна. Перші альткойни з'явилися в 2011 році: Litecoin і Namecoin. Їх розробники прагнули подолати ряд проблем, властивих біткойну (наприклад, Litecoin володіє більш високою швидкістю транзакцій) або використовувати технологію блокчейна в інших областях [5].

Однак існують і недоліки, які обмежують світове поширення криптовалют:

- можливість розвитку тіньової економіки за рахунок криптовалют;
- можливість приховування частини своїх доходів, що дозволяє розвивати систему ухилення від податків;
- можливість здійснення нелегальних анонімних операцій;
- висока залежність від освітлення в ЗМІ;
- неможливість заморозки рахунків;
- трудовитрати на адаптацію.

На даний момент складно сказати, чи отримає подальше поширення криптовалюта – з огляду на високих ризиків розвитку злочинності за рахунок анонімності платежів, однак криптовалюта володіє великою кількістю позитивних рис, що змушує говорити про неї все частіше і частіше.

#### *Література:*

1. *Мащенко П. Л., Пилипенко М. О. Технология Блокчейн и ее практическое применение // Наука, техника, образование. – Олимп, 2017. – № 32. – С. 61–64.*
2. *Хажиахметова Е. Ш. Криптовалюта – деньги XXI века // Новая наука: от идеи к результату. – Агентство международных исследований, 2016. – № 11–2. – С. 177–179.*
3. *Пещеров А. И. Понятие и место криптовалюты в системе денежных средств // Юридическая мысль. – 2016. – Т. 95, № 3. – С. 130–138.*
4. *Щербик Е. Е. Феномен криптовалют: опыт системного описания // Концепт. – 2017.*
5. *Рисс В. И. К вопросу о коллективных валютах или частных деньгах // Экономика, управление, и право: инновационное решение проблем. – 2017. – С. 21–23.*

**Осадчий О.Д.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин  
Херсонський державний університет

## **ПІДПРИЄМНИЦТВО В АГРОПРОМИСЛОВОМУ ВИРОБНИЦТВІ УКРАЇНИ**

В ринкових умовах господарювання провідною формою господарювання виступає підприємництво як самостійна ініціативна діяльність, спрямована на одержання прибутку. Значення підприємницької діяльності базується на необхідності всебічного задоволення потреб суспільства [1, с. 92]. Розвиток ринкового механізму господарювання в агропромисловому виробництві нерозривно пов'язано з розвитком підприємництва.

До основних принципів розвитку аграрного підприємництва можна віднести:

- використання різних форм власності, господарювання і розмірів підприємств;
- переважний розвиток малого підприємництва;

- збереження і раціональне використання наявної матеріально-технічної бази виробництва продовольства [2, с. 19].

З огляду на це, на нашу думку, доцільні виділити такі шляхи розвитку аграрного підприємництва:

- подальший розвиток фермерських господарств;
- збільшення кількості сільськогосподарських кооперативних підприємств;
- розвиток приватних агрофірм і приватно-орендних підприємств.

До основних проблем розвитку підприємництва в агропромисловому виробництві можна віднести: відсутність первинного капіталу працівників сфери АПК; мало об'єктної виробничої і обслуговуючої матеріально-технічної бази; належного правового захисту і певних юридичних гарантій підприємців з питань власності, розпорядження майном, отримання і розподілу доходів [2]. На сьогоднішній день велике значення мають розробка принципів підприємництва, визначення практичних шляхів його розвитку і підтримки з боку держави і суспільства, прийняття законодавчих актів.

До основних принципів розвитку аграрного підприємництва віднесемо:

- використання різноманітних форм власності, господарювання і розмірів підприємств;
- переважний розвиток малого підприємництва;
- збереження і раціональне використання матеріально-технічної бази виробництва продовольства [1, с. 91].

Стабільний розвиток сільськогосподарського виробництва можливий, але при докорінній зміні соціально-демографічної ситуації на селі, подоланні гострої депопуляції на основі підвищення народжуваності, матеріальній підтримці сільських сімей, ефективній міграційній політиці тощо. Становлення ринкових відносин вимагає в агропромисловому комплексі розробки нових підходів до стратегії аграрної політики, спрямованої на формування продовольчої безпеки країни, пріоритетність розвитку сільського господарства, докорінну перебудову економічних, соціальних та правових відносин в аграрній сфері, свободу підприємництва та конкуренції.

Підприємництво в Україні має свою історію, певний досвід. Його слід розглядати як самостійну, ініціативну, систематичну діяльність на власний ризик з метою отримання прибутку. Ринкова економіка розкриває широкі можливості для розвитку підприємництва.

#### *Література:*

1. Кириленко І.Г. Агропромисловий комплекс України: сучасний стан та погляд у майбутнє / І.Г. Кириленко // *Економіка АПК*. – 2016. – №4. – С. 90-94.
2. Саблук П. Сучасний стан та перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П. Саблук // *Економіка України*. – 2017. – №12. – С.18-21.

**ПІСІДНІКОВ В.,**

студент 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту,  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Федяєва М.С.

## **РІВЕНЬ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ В СВІТІ**

В даний час частка роботи людини в промисловому секторі різко скорочується в зв'язку з автоматизацією виробництва, тим самим вивільняючи людський капітал, який і стає стимулом розвитку креативної економіки. Поняття «креативна економіка» все частіше вживається економістами і управлінцями, а частка креативної економіки в світовий з кожним роком збільшується. Багато відомих учених вважають, що заснована на інтелектуальній праці економіка поступово стає однією з головних форм соціально-економічного розвитку країн.

Саме креативна економіка дозволить в майбутньому перейти на поновлювані паливні ресурси, підвищити ефективність виробництва і якість життя, а також відійти від сировинного орієнтира [1].

У 2016 році компанією Ernst and Young (EY) на замовлення Міжнародної конфедерації товариств авторів і композиторів було проведено картування креативної економіки в світі. Зокрема EY був встановлений рейтинг креативних індустрій по прибутковості і зайнятості і розраховані показники креативної економіки по п'яти регіонах світу [4].

В цілому за 2016 рік, дані креативні індустрії згенерували дохід в 2253 мільярда доларів (3% від світового ВВП) і включили в себе 29,5 мільйона робочих місць. Радіо займає останнє місце як по прибутковості, так і по числу робочих місць серед усіх креативних індустрій, складаючи лише 2,04% і 1,7% частки даних показників відповідно. Телебачення і образотворчі мистецтва складають найбільшу частку в доходах креативної економіки-21% і 17% відповідно, коли як гри і кінематограф становлять лише 4,4% і 3,4%. За кількістю числа зайнятих образотворче мистецтво виходить на перше місце з 6,7 мільйона робочих місць. Несподівано, на другому місці розташовується музика з 3,97 мільйона робочих місць, що є досить високим показником, з огляду на порівняно низьку прибутковість даної індустрії – 2,88% від загального доходу [2].

Країни починають поступово орієнтуватися на розвиток креативної економіки. Найбільш просунуті країни вже склали стратегії розвитку креативної економіки і необхідну для їх втілення креативну базу. В майбутньому, саме ті країни, які зуміють створити необхідні для розвитку креативності умови і залучити креативний клас, стануть лідерами за рівнем розвитку економіки.

EY в своєму дослідженні об'єднує країни в 5 основних регіонів: Північна Америка; Європа; Азія і Тихий океан; Латинська Америка і Кариби; Африка і Близький Схід. За кожним регіоном виділяється сукупний креативний дохід і

зайнятість в креативних індустріях, а також виділяється частка креативного доходу в ВВП [4].

Художні промисли включають в себе ремесла, декоративне мистецтво, орігамі, декупаж, кераміку і т. д.

АВ товари мають на увазі товари зі звуковим і візуальним компонентами: фільми, презентації, телевізійні програми. Дизайн включає архітектуру, модний дизайн, дизайн додатків і програмного забезпечення, веб-дизайн, прикладні мистецтва та ін. [3].

За період з 2012 по 2016 у всьому світі експорт креативних товарів збільшився майже в 2,5 рази, що говорить нам про значний розвиток креативної економіки [4].

Найбільшу частку в експорті креативних товарів займають розвинені країни. В 2016 році в порівнянні з 2012 частка експорту креативних товарів з країн, що розвиваються збільшилася в порівнянні з часткою розвинених країн, коли як частка країн з перехідною економікою змінилася незначно. структура світового експорту креативних товарів також зазнала змін.

З проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що креативні індустрії за часткою в світовому ВВП поки що стоять на скромних позиціях, значно поступаючись промислового і ресурсодобувного сектору.

Проте, темпи зростання частки товарів креативних індустрій ростуть по всьому світу, включаючи не тільки розвинені, але і країни, що розвиваються і країни з перехідною економікою. На закінчення необхідно відзначити, що проблема переходу від індустріальної і сировинної економік до креативної буде актуальна в найближчі десятки років, так як світ знаходиться в глибокій залежності від таких невідновлюваних паливних ресурсів як газ, нафта і вугілля. Тільки тоді, коли людство позбудеться від цієї залежності, ми зможемо встановити, чи настала ера креативної економіки.

#### *Література:*

1. Хокінс, Д. Креативна економіка – М.: Класика-XXI-2011. – С. 107-137.
2. Публікація «Креативна економіка: вступний курс» // серія публікацій Британської Ради про креативну і культурної економіці – 2016 року.
3. Спільна публікація ЮНЕСКО і UNDP «Creative economy report 2016» – 2017.
4. Публікація ЕУ на замовлення СІЗАК «Cultural times. The first global map of cultural and creative industries ' – 2017.

**ПОБЕДРЯ О.,**

студент ІV курсу факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., професор Ушкаренко Ю.В.

## **РОЗВИТОК КООПЕРАЦІЇ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ**

Завдяки сучасному економічному стану і впровадженню децентралізації в Україні поширюється кооперативний рух. Кооператив є первинною ланкою

кооперації і створюється як об'єднання фізичних або юридичних осіб на основі членства для спільної господарської та іншої діяльності з метою покращення свого економічного стану. Згідно Закону України «Про кооперацію» кооператив – це юридична особа, утворена фізичними 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]. Відповідно до Закону України «Про кооперацію» кооперативи поділяються на такі типи: споживчі, виробничі та обслуговуючі. А за напрямками діяльності кооперативи можуть бути освітніми, транспортними, сільськогосподарськими, житлово-будівельними тощо [1]. В Україні поступово набувають популярності обслуговуючі кооперативи, особливо в аграрній сфері.

Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив – сільськогосподарський кооператив, що утворюється шляхом об'єднання фізичних або юридичних осіб-виробників сільськогосподарської продукції для організації обслуговування, спрямованого на зменшення витрат та збільшення доходів членів цього кооперативу [2]. Залежно від виду діяльності вони поділяються на переробні, заготівельно-збутові, постачальницькі, сервісні та інші. Обслуговуючі кооперативи створюються для надання комплексу послуг, пов'язаних із виробництвом, переробкою, збутом продукції рослинництва, тваринництва, лісівництва і рибництва. Вони також можуть надавати своїм членам й інші послуги, зокрема технологічні, транспортні, меліоративні, ремонтні, будівельні, з ветеринарного обслуговування тварин, бухгалтерського обліку і аудиту. Обслуговуючі кооперативи не ставлять за мету отримання прибутку [3].

В останні роки в Україні питання розвитку кооперативів вийшло на новий рівень. Вчені приходять до висновку, що кооперація сприяє не тільки виживанню, а й розвитку сільської місцевості. Наразі тенденція розвитку кооперації збільшується, особливо стосовно сільськогосподарських кооперативів.

*Таблиця 1.*

**Динаміка чисельності сільськогосподарських кооперативів в Україні**

Кооперативи	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Сільськогосподарські обслуговуючі	890	917	1006	899	949	1017	1073
Сільськогосподарські виробничі	1246	1166	1137	1009	998	997	996

Джерело: на основі даних Державної служби статистики України [4].

У зв'язку з децентралізацією починає розвиватись і сільська місцевість, перед населення гостро стоїть питання об'єднання в місцеві громади, створення кооперативів. Згідно даних Державної служби статистики України на початок 2018 року зареєстровано загалом 26 975 кооперативів. З них можна виділити: 996 – це сільськогосподарські виробничі кооперативи, а 1073 – сільськогосподарські обслуговуючі. Спостерігається тенденція до збільшення

обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів, та зменшення виробничих представлених у табл.1.

У 2014-2015 роках спостерігалось різке скорочення діяльності кооперативних утворень у аграрній сфері, насамперед це пов'язано з кризовим становищем у країні. Наразі не спостерігається тенденція збільшення кількості сільськогосподарських кооперативів, що пов'язано з недосконалим законодавством. Податкове законодавство не визначає специфіки оподаткування кооперативів, зокрема звільнення від податку на прибуток кооперативних виплат. Це спричиняє невідповідність податкового статусу сутності та принципам обслуговуючих кооперативів. Також державна політика має бути спрямована не тільки на підтримку вже існуючих кооперативів, а й на створення нових [5].

Розвиток сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів стримує недовіра селян до одне одного та держави, яка і виступає ініціатором до об'єднання. Знання про кооперацію не лише в сільського населення, але й у депутатів сільського і районного рівнів, не усвідомлення суті кооперації та тих переваг, які вона забезпечує сільському населенню, неефективна державна політика, зокрема влада чиновників не розуміє і не хоче розуміти, що таке обслуговуюча кооперація, що вона повинна надавати допомогу виробникам аграрної продукції у виробництві й реалізації сільськогосподарської продукції, сприяти поліпшенню життя сільського населення [6].

#### *Література:*

1. Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію» від 19.01.2013 р. № 5495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.nau.ua/doc>
2. Закон України «Про кооперацію» від 10 липня 2003 року № 1087-IV // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1087-15/ed20030710>
3. Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація: Словник-довідник / За заг. ред. Р.Я. Корінця, М.П. Гриценка, М.Й. Маліка. – Львів: НВФ «Українські технології», 2010. – 160 с.
4. Україна у цифрах у 2017 році. – Статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2018. – 240 с.
5. Ставнійчук М. Реформа, з якою Україна запізнюється на 20 років / М. Ставнійчук // Дзеркало тижня. – 2012. – № 44. – С.3.
6. Терещенко В.К. Соціально-економічний розвиток сільських територій: навч. посібник / В.К. Терещенко, Н.В. Морозюк. – К.: Ніжин, 2011. – 184 с.



**ТРУСКАВЕЦЬКИЙ Д. В.,**

студент II курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

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

## **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Економічне зростання є необхідною умовою вирішення більшості соціально-економічних проблем. Проте, на сучасному етапі економічному зростанню в Україні заважає наявність проблем та труднощів, які мають як об'єктивний, так і суб'єктивний характер. До них можна віднести: залежність економічного зростання від експорту сировини; неефективна структура економіки країни; політична нестабільність; необхідність визначення обмеженого кола важливіших пріоритетів економічного та соціального розвитку; вимушена реалізація політики енергозбереження тощо [1, с. 132].

В умовах обмежених обсягів бюджетних коштів, що характерно для країн в умовах сучасної фінансової кризи, вирішити всі проблеми, наявні в економіці, сфері соціального забезпечення та досягти розвитку дуже складно. Саме тому нашій державі необхідно визначитися з обмеженим колом пріоритетів економічного та соціального розвитку. Незважаючи на те, що це питання достатньо часто підіймається і серед економістів, і серед політиків, кількість таких пріоритетів сягає десятків, самі пріоритети постійно змінюються залежно від того чи іншого уряду, тієї чи іншої політичної ситуації [1]. У результаті сьогодні існує понад 400 державних цільових програм, які мають приблизно однаковий рівень пріоритетності. Проте, фінансування цих програм здійснюється у неповному обсягу, що не дозволяє досягти поставлених завдань.

Отже, слід здійснювати вибір пріоритетних завдань, які вимагають першочергової уваги, а також чітко сформулювати цілі та механізми реалізації, критерії досягнення результатів, принципи фінансового забезпечення.

Пріоритетним напрямком розвитку економіки України, на нашу думку, є формування та ефективне функціонування в Україні інвестиційно-інноваційної моделі економічного зростання. Ця модель надасть можливість забезпечити стійке економічне зростання, збільшення експорту обробних галузей промисловості, переходу до технологій працевзбереження та енергозбереження, розвитку інтелектуального потенціалу країни [2]. Тільки в цьому випадку економічне зростання буде мати якісно новий довгостроковий характер, націлений на підвищення рівня та якості життя населення. Але цей процес зіштовхується з низкою проблем, більшість яких є підпорядкованими до загальних проблем економічного зростання. Мова йде про відсутність достатніх власних коштів, недостатнє державне фінансування інноваційно інвестиційних проектів, нерозвиненість інноваційної інфраструктури, проблеми законодавчого регулювання.

Вважаємо, що для досягнення стійкого економічного зростання в Україні потрібно поєднати інвестиційну та інноваційну діяльність, оскільки інвестиційна діяльність не завжди передбачає інноваційну, а для стійкого інноваційного розвитку обов'язково потрібні інвестиції. У сфері інвестиційної політики треба зосередитись на забезпеченні інвестиційної активності національних суб'єктів у середині держави за рахунок внутрішніх джерел інвестування, створенні сприятливого інвестиційного клімату для іноземного капіталу, поклавши на державу функції гаранта стабільності інвестиційного клімату, а також запровадженні ефективного використання інвестиційних ресурсів [2, с. 78].

У сфері інноваційної політики державі необхідно запровадити сприятливу систему фінансово-кредитних і податкових інструментів для збільшення фінансування та розвитку науково-технічної сфери, інтелектуального потенціалу та розвитку підприємництва як одного з елементів національної інноваційної системи; прискорити розвиток і покращити функціонування інноваційної інфраструктури, розробити ефективну систему страхування інноваційних ризиків, створити заходи для вдосконалення захисту та використання інтелектуальної власності.

Необхідними є пришвидшена розбудова національної інноваційної системи на основі довгострокових технологічних прогнозів, посилення ролі держави в комерціалізації базисних інновацій, державне стимулювання інноваційної активності бізнесу, створення в країні першокласних університетів світового рівня тощо [3, с. 25].

Для реалізації цих напрямів інноваційного розвитку необхідно за активної підтримки держави провести суттєві зміни господарського механізму національної економічної системи в цілому, у тому числі: модернізувати матеріально-технічну базу виробництва, здійснити прогресивну структурну перебудову національної економіки, забезпечити розвиток людського капіталу, а також створити потужну систему фінансування інноваційної діяльності.

#### *Література:*

1. Давидов М.В. *Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України* / М.В. Давидов // *Актуальні проблеми економіки*. – 2008. – № 4. – С. 130-134.
2. Станковська І.М. *Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємств в умовах економічного розвитку України* / І.М. Станковська // *Управління розвитком*. – 2007. – № 8. – С. 77-78.
3. Іваноньків О.О. *Зарубіжний досвід розвитку економічних систем на інноваційній основі* / О.О. Іваноньків // *Актуальні проблеми економіки*. – 2007. – № 12. – С. 23-29.

**УШКАРЕНКО Ю.В.,**

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки  
та міжнародних економічних відносин  
Херсонський державний університет

## **РОЛЬ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ В АГРАРНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Стратегічним напрямом розвитку кооперативного сектора економіки є розширення й організаційне оформлення кредитної кооперації. З появою багатоукладності й розвитком приватної власності та дрібнотоварного виробництва на селі загострилася проблема формування адекватної новим умовам кредитно-фінансової системи. Перспективи розвитку фермерських господарств, сільськогосподарських виробничих кооперативів, особистих селянських господарств все більше визначаються доступністю кредитних ресурсів.

Існуюча банківська система націлена передусім на кредитування крупних сільськогосподарських утворень. Малий і середній агробізнес не становлять інтересу для банків через незначність запитуваних сум і високих трансакційних витрат надання кредиту [1, 2]. Це призвело залучення у виробничий процес заощаджень юридичних і фізичних осіб у вигляді системи сільськогосподарської кредитної кооперації як організації фінансової взаємодопомоги й взаємного кредитування. Це один з небагатьох елементів, споконвічно орієнтований на обслуговування дрібнотоварної сільської економіки, віддаленої від крупних фінансових ринків.

Розвиток кредитної кооперації дозволить: забезпечити село кредитними ресурсами, підвищити фінансову стійкість і рівень платоспроможності фермерів, забезпечити первинним капіталом малий сільський бізнес, підвищити зайнятість у сільській місцевості та привабливість аграрного сектора як об'єкта інвестування. Проведення фінансових потоків через кредитний кооператив сприятиме поживленню ділової активності на селі, дозволить коштам більше працювати на соціально-економічний розвиток тієї території, де розташований кооператив. Тому важливо всебічно сприяти розвитку кредитної кооперації, як це робиться в більшості країн.

Наприклад, у системі «Креді Агріколь» (Франція) діє близько 3 тис. місцевих кредитних кас, організованих у вигляді кооперативів. Власниками паїв у них є фермери, сільські й місцеві мешканці. У Німеччині 3223 кредитних товариства із сукупною балансовою вартістю понад 514 млрд. марок нараховують більше 10 млн. пайщиків. У Швеції – 390 подібних місцевих кредитних кооперативів, які мають 650 відділень, в Австрії – 1754 кредитних товариства [3, с. 17]. В Україні розвиток кредитної кооперації в цілому й у сільській місцевості зокрема знаходиться на початковому етапі, хоча кількість кредитних кооперативів збільшується, і вони демонструють високу ефективність кредитно-фінансової діяльності.

На нашу думку, до стратегічних напрямів подальшого розвитку кредитної кооперації можна віднести:

- створення нових кредитних спілок, активізація їх діяльності на фінансовому ринку, вдосконалення організаційної структури, формування регіональних (обласних) об'єднань кредитних спілок;
- створення систем кооперативних банків, спрямування їх діяльності на кредитні обслуговування дрібних суб'єктів економіки, різних типів кооперативів;
- формування необхідної інфраструктури кредитних спілок – стабілізаційного та гарантійного фондів, систем взаємокредитування та інші;
- створення правової бази державного та нормативного регулювання діяльності кооперативних спілок;
- посилення державної підтримки розвитку кредитної кооперації та правового захисту кредитних спілок та їх об'єднань;
- страхування життя, майна, будь-яких ризиків своїх членів і вкладників.

***Література:***

1. *Бабенко С.Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці: монографія / С.Г. Бабенко – Київ: «Наукова думка», 2003. – 332 с.*
2. *Бабенко С.Г. Стратегія розвитку кооперативного сектора економіки України / С.Г. Бабенко // Економіка і прогнозування. – 2003. – № 4. – С. 38-51.*
3. *Шкляр М.Ф. Кредитная кооперация / М.Ф. Шкляр – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. – 334 с.*

***СНМУТА. V.,***

Ph.D, lecturer of Department of Economic  
and international economic relations, KSU

## **DEVELOPMENT OF THE MILK MARKET IN UKRAINE**

World milk production is estimated at 800 million tons today. It is expected that in 2026 44% of all milk will be produced by developed countries, and the rest – by the developing countries. In the early 1990s, Ukraine was among the ten largest cow's milk producers in the world, along with countries such as India, the USA, Russia, Germany, France, Brazil, China, and New Zealand, providing their share at the level of 4.5%. Over the past 27 years, Ukraine has significantly lost its position in world milk production, and in 2012 it has occupied only 17th place, and in 2016 and 2017 only one in the top twenty largest producers with a market share of 1.3%. Despite the concessions on the world market, the dairy industry in Ukraine is a leading sector of the economy and an important component of food safety of the country.

Today, the main milk producer in Ukraine is the households, which are the main suppliers of milk to dairy processing enterprises. Agricultural enterprises supply about 26% of manufactured milk and the rest is a share of households. Analysis of the main indicators of industry development in the period from 1990 to 2017 shows

that there are trends in reducing the number of cows and milk production. Positive dynamics are only seen in productivity of cows.

The share of dairy products supplied to dairy farms by households in recent years is about 60-70%. The general level of marketability of milk and dairy products in 2016 was 35.7% and was the lowest in the previous 12 years.

After 2014, Ukrainian enterprises experienced significant problems with the sale of their products, which arose in connection with the loss of markets in the Russian Federation, the Crimea, parts of Donetsk and Luhansk regions. The search for markets outside the country is complicated by the procedure for obtaining the right to export, in particular to the European Union, which today have less than twenty enterprises. The main reason is the need to meet the high safety and quality requirements of these products.

The way to overcome the crisis in the market of milk and dairy products is the focus on the quality of production in accordance with world standards and the search for new markets. At the same time, the quality of production depends directly on the quality of raw materials that needs to be increased, combining small-scale producers with cooperatives, and forming close integration links between raw material producers and processors, which will ensure the principle of traceability in accordance with world standards.

#### **References:**

1. *FAO Statistical Pocketbook 2015*. URL.: <http://www.fao.org/3/a-i4691e.pdf>
2. *Lysjuk V.M. Metodologhija sektornogho analizu prodovoljchogho rynku (na prykladi rynku moloka i molochnoji produkciji)/ V.M.Lysjuk, A.V.Chmut, N.L. Shlafman // Aghroinkom: Naukovo-praktychne vydannja. – 2012. – vol 4–6. – p.p. 6–11.*
3. *Chmut A.V., Harmonizatsiia vidnosyn molokopererobnykh pidpriemstv z postachalnykamy syrovyny v umovakh posylennia kontroliu yakosti ta bezpechnosti kharchovykh produktiv/ A.V.Chmut, N.V.Antosh. // Naukovi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. – 2017. – Vol. 26-2, – pp.24-28.*

---

## ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 2 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

---

*АЛЕКСЄЄВА Н.,*  
студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент Петренко В.С.*

### СИСТЕМА ФОРМУВАННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО КОМПЛЕКСУ ПІДПРИЄМСТВА

Незважаючи на значимі розходження всі концепції складають в собі чотири основних елементи, що важливо необхідні для ринку товарів та послуг. В економічній літературі їх називають "чотири Р" маркетингу чи маркетинговим комплексом:

1. продукція (product);
2. ціна (price);
3. місце (place) чи дистриб'юторська мережа (канал розподілу);
4. сприяння продажу (promotion).

Завдання менеджменту компанії – скомпонувати ці чотири елементи таким чином, щоб отримати оптимальний прибуток від реалізації (продажу) продукції і послуг на ринку. Менеджери повинні адаптувати маркетинговий комплекс до конкретних умов навколишнього середовища і скорегувати його так, щоб важливими при цьому були вимоги підприємства-виробника, споживачів і відповідного сектора ринку [1].

Якщо говорити за збутову політику, то можна відзначити те, що канал розповсюдження – це сукупність фірм чи окремих осіб, які мають або допомагають передати кому-небудь право власності на відповідний товар чи послугу на їх шляху від виробника до споживача. Характерним є те, що при цьому виробник втрачає контроль над подальшим збутом цього товару. Стосовно організаційних форм каналів розподілу, то вони, безпосередньо, перебувають у постійному розвитку: змінюється ситуація на ринку, з'являються нові посередники, вдосконалюються методи продажу товарів і т. д. Виокремлюють такі організаційні форми каналів розподілу або маркетингових систем розподілу [2]: традиційну (не інтегровану); вертикальну; горизонтальну; багатоканальну.

Традиційний канал розподілу містить в собі незалежних один від одного виробників і посередників. Кожний самостійно діє на ринку виходячи зі своїх інтересів, забезпечуючи собі максимально можливий прибуток.

Вертикальна система розподілу (класична схема дистрибуції) інтегрує всі ланки каналу. Виробник і посередники співпрацюють як єдина система. Вертикальна система розподілу передбачає доволі чіткий розподіл обов'язків

між усіма учасниками процесу руху товару: виробник виробляє товар і здійснює продаж великими партіями оптовикам-дистриб'юторам; дистриб'ютор, в свою чергу, розпроділяє цей товар через свою дистриб'юторську мережу меншими партіями між роздрібними чи малооптовими продавцями; дилер і реселер здійснюють пошук та обслуговування кінцевого споживача [3].

Горизонтальний маркетинговий розподіл – це частково інтегровані системи, які залучають до співпраці оптових і роздрібних торговців.

Багатоканальна маркетингова система (багатоканальний розподіл) існує з метою обслуговування різних цільових ринків, в межах яких працює підприємство. В такому разі один із членів каналу або є власником усіх інших, або може надавати торгові привілеї, або володіє такою потужністю, що може забезпечити їх співпрацю. Це може бути або виробник, або оптовий чи роздрібний торговець, що контролює поведінку каналу і запобігає розбіжностям, що можуть виникнути між окремими членами, що переслідують власні цілі.

Стосовно цінової стратегії – увага зосереджується на стратегічних рішеннях щодо рівня цін. Ці рішення дуже важливі у процесі ціноутворення. Виділяють два абсолютно різні типи стратегій щодо цінового рівня [4]:

1. стратегія високих цін;
2. стратегія низьких цін.

Високі, «престижні» ціни асоціюються у споживачів із високою якістю товарів, яка визначається використанням коштовних матеріалів, ретельним виготовленням, високим рівнем контролю та сервісу. Висока ціна, виконуючи роль індикатора якості, складає найбільший вплив при купівлі складних і цінних товарів (автомобілів, дорогої парфумерії тощо). Низькі ціни, привабливі для значної частини ринку, дають змогу підвищити обсяги продажу товарів та вести активну цінову конкурентну боротьбу.

При встановленні цін на принципово нові, «піонерні» товари, захищені патентом, ці дві альтернативні стратегії проявляються найяскравіше і мають свої назви:

1. стратегія «зняття вершків»;
2. стратегія «проникнення».

Таким чином, всі елементи маркетингового комплексу відіграють значиму роль на ринку товарів та послуг, оскільки впливає на ріст прибутку та збільшення продаж фірми.

#### **Література:**

1. Липчук В.В. Маркетинговий аналіз: навч. посіб. / В.В. Липчук, І.Г. Яців, Б.М. Гошко, О.Й. Гошко. – К.: Академвидав, 2008. – 171 с.
2. Крикавський Є.В. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар. – Л., 2009. – 112 с.
3. Скоробогатих І. І. Комплексна модель фахівця з маркетингу: десятилітній досвід досліджень РЕА ім. Г. В. Плеханова // *Маркетинг в Україні*. – №4. – 2009. – С. 67-70.
4. Голованова М.А. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / М. А. Голованова, В.В. Доленко. – Х., 2009. – 99 с.

**Антош Н.,**

аспірантка кафедри економіки та  
міжнародних економічних відносин  
Херсонський державний університет

## **МОЛОКОПЕРЕРОБНА ГАЛУЗЬ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Молокопереробна галузь посідає значне місце у структурі товарної продукції харчової промисловості. Велика кількість наукових досліджень, проведених на ринку молока та молокопродуктів, свідчить про стрімкий розвиток цієї галузі. Ця невід'ємна галузь повинна забезпечувати повноцінне споживання молокопродуктів населенням, оновлювати матеріально-технічну базу виробництва, вдосконалювати технологію переробки сировини, забезпечуючи безперервний цикл роботи підприємства, вирішувати питання сезонності праці та збільшення кількості робочих місць. Ці складові сприятимуть прибутковості та ефективності роботи підприємства на всіх стадіях – від початку переробки сировини і до моменту доведення її до споживача.

На сьогоднішній день в Україні близько 350 підприємств по переробці молока, з яких 80 виготовляють до 90% суцільномолочної продукції [3]. Показники виробництва основних видів молочних продуктів у 2017 році вказують на стабільність розвитку галузі, не зважаючи на ряд проблем, що виникли на ринку сировини. У зв'язку зі значною конкуренцією на сировинному ринку виробництво готової молочної продукції все більшою мірою концентрується на великих підприємствах, які вкладають значні кошти в модернізацію виробництва, мобільно реагують на зміни кон'юнктури ринку, постійно збільшують свій асортимент та, щоб не втратити свою нішу ринку за умов сезонного дефіциту сировини, розширюють ринок збуту за рахунок експортних поставок. Середній рівень рентабельності виробництва незбираної молочної продукції на молокопереробних заводах становить 3 – 8%. Виробництво сметани та сиру більш економічно вигідне, ніж виробництво незбираного молока. Найбільш рентабельне виробництво дієтичної продукції: йогурту, ряжанки, кефіру [3]. Стабільний попит на суцільномолочну продукцію в Україні сприяє ритмічній роботі підприємств по її випуску, не зважаючи на жорстку конкуренцію як на ринку сировини, так і на ринку збуту.

Проте криза української економіки, що торкнулася всіх галузей народного господарства, не оминула і молочну промисловість. Серед основних проблем молочної галузі можна назвати такі: низький рівень технологічного оснащення молокозаводів, застаріле обладнання; нерозвиненість ринкової інфраструктури; невисокий рівень забезпеченості сировиною та завантаженості потужностей; невисоку якість кінцевої продукції підприємств молочної промисловості; обмеженість можливості широкої диференціації асортименту через низьку якість сировини; зниження попиту на продукти переробки в



зв'язку із низькою купівельною спроможністю населення області, зокрема сільських районів; високий рівень конкуренції з боку потужних підприємств, оснащених сучасним обладнанням і технологіями, які випускають молочну продукцію під відомими товарними марками «Президент», «Ласуня», «Баланс», «Кремез» «Фанні», «Danone», «Весельй молочник» та ін. На сировинному ринку підприємствам районного масштабу велику конкуренцію складають провідні підприємства великих міст, які можуть запропонувати вищі закупівельні ціни сільськогосподарським товаровиробникам. У результаті районні молокозаводи втрачають місцеву сировинну базу і змушені закуповувати сировину за межами району, що призводить до додаткових витрат на транспортування, а отже, підвищує витрати виробництва та відпускні ціни на готову продукцію.

Незважаючи на вищезазначені проблеми, молокопереробна галузь – це галузь, яка повинна забезпечувати повноцінне споживання молокопродуктів населенням, оновлювати матеріально-технічну базу виробництва, вдосконалювати технологію переробки сировини, забезпечуючи безперервний цикл роботи підприємства, вирішувати питання сезонності праці та збільшення кількості робочих місць. Ці складові сприятимуть прибутковості та ефективності роботи підприємства на всіх стадіях – від початку переробки сировини і до моменту доведення її до споживача.

#### **Література:**

1. Борисюк І.О. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства / І.О. Борисюк, А.В. Єрьоменко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2012. – Вип.33.– С. 14–19.
2. Конкурентоспроможність країни на світовому ринку і основні правила роботи СОТ [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://nebook.net/book\\_marketing\\_611\\_page\\_62](http://nebook.net/book_marketing_611_page_62)
3. Рябушкіна А. А. Якість продукції та забезпечення її конкурентоспроможності [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2184>
4. Синьогуб Н.В. Елементи комплексної системи заходів оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішньому ринку [Електронний ресурс] / Н.В. Синьогуб, І.В. Амеліна. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=24347R>

**Водяницька О.,**

студентка V курсу факультету економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

Науковий керівник: доцент Петренко В.С.

## **МЕХАНІЗМ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ В УМОВАХ КРИЗИ**

Кредитні відносини розглядаються як система економічних відносин між різними економічними суб'єктами щодо організації механізму кредитування, проведення відповідних досліджень і надання коштів у позику та плати за неї.

Кредитний механізм – сукупність взаємопов'язаних прийомів та способів, що забезпечують реалізацію на практиці об'єктивних функцій кредиту як економічної категорії та дотримання принципів кредитування [1, с. 68].

Під механізмом банківського кредитування розуміють конкретний спосіб організації і використання розподільної функції кредиту в частині надання коштів позичальникові в тимчасове користування на умовах платності.

Кредитна криза – це істотне погіршення доступу реального сектора економіки до кредитного ресурсу, у зв'язку із загальним скороченням доступності кредитів та раптового посилення стандартів кредитування, або умов роботи банківського сектору [1, с. 69–71].

Причини цього явища не пов'язані з погіршенням кредитоспроможності позичальників, основними причинами є події саме у банківському секторі, тобто зі сторони пропозиції на кредитному ринку.

Така ситуація зумовлена передусім політичною ситуацією в Україні, погіршенням фінансового стану позичальників, економічною кризою, девальвацією гривні, інфляційними процесами на території України [2].

Тому виникнення проблемної заборгованості є невід'ємним явищем в сучасних кризових економічних умовах, через це першочерговим завданням для комерційних банків є визначення сигналів, які свідчать про виникнення можливих проблем із погашенням заборгованості за кредитом з боку позичальника і всіма можливими способами запобігти виникненню проблемної заборгованості.

Взагалі, процес кредитування можна умовно розділити на ряд етапів, кожний з яких окремо забезпечує розв'язання конкретних завдань: Отримання та розгляд кредитної заявки; Безпосередня співбесіда з потенційним позичальником; Оцінка кредитоспроможності; Підготовка до складання кредитного договору; Моніторинг і контроль якості виданих кредитів.

В умовах кризи дану послідовність слід доповнити наступними елементами, щоб в сукупності вони сприяли досягненню основної мети банківського кредитування – отримання банківського прибутку за нестабільного становища.

Для ефективної оцінки кредитоспроможності клієнта й ризику, пов'язаного із видачею позички, доцільно на державному рівні сформувати єдину базу кредитних історій та для отримання максимального ефекту підключити усі банки до даного реєстру. На рівні кожного окремого банку формувати достатні обсяги резервів під заборгованість, а під час оцінки ризику застосувати інноваційні технології та методики для оцінки платоспроможності клієнтів.

Під час здійснення контролю за цільовим використанням та погашенням кредиту. Для досягнення максимально позитивного результату під час роботи з проблемними кредитами необхідно поширювати практику купівлі проблемних кредитів факторинговими компаніями. На державному рівні слід вибрати та реалізувати оптимальну модель реструктуризації проблемних активів у банківській сфері, наприклад, створити банк проблемних активів або

перехідний банк. Спростити механізм продажу, передачі, списання активів, у тому числі у межах проведення досудових процедур. А також, посилити нагляд за діяльністю банків і введення такої ж системи щодо небанківських установ [3, с. 155–158].

Вдосконалення механізму банківського кредитування шляхом поєднання нормативно-законодавчих, адміністративно-регулятивних та економічних важелів впливу на кредитну активність банківських установ сприятиме вільному і необмеженому доступу до кредитних ресурсів як основного фінансового джерела, підвищенню ефективності підприємницької діяльності та розвитку економіки в цілому. Застосування зазначених заходів дозволить мінімізувати кредитні ризики у банківській сфері, зменшити кількість проблемної заборгованості та відповідно забезпечити економічне зростання держави.

#### *Література:*

1. Євтух Л. Механізм кредитування та перспективи його розвитку в Україні/ Л. Євтух // Вісник Української академії банківської справи: збірник наукових праць. – 2017. – № 2. – С. 68–71.
2. Робота з проблемними кредитами і заходи впливу на них [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://osvitaplaza.in.ua/publ/finansii/groshi\\_ta\\_kredit/roboza\\_z\\_problemnimi\\_kreditami\\_i\\_zakodi\\_vplivu\\_na\\_nikh/](http://osvitaplaza.in.ua/publ/finansii/groshi_ta_kredit/roboza_z_problemnimi_kreditami_i_zakodi_vplivu_na_nikh/)– 8.01.2016 р.
3. Шустова Е. «Проблемний кредит»: термінологічний зміст, критерії визначення та чинники виникнення / Е. Шустова // Вісник Алтайської академії економіки і права. – 2016. – № 18. – С. 155–158.

**ГАРАФОНОВА О.І.,**

д.е.н., професор

професор кафедри менеджменту

ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

## **ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ОРАГНІЗАЦІЙ**

Активний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій зумовлює те, що вони стають чи не одним із найважливіших складових елементів підприємства та відіграють важливу роль у формуванні його конкурентних переваг. Ураховуючи те, що обсяги інформаційних потоків постійно істотно зростають, підприємствам необхідно формувати та підтримувати ефективну та динамічну інформаційну інфраструктуру, яка безпосередньо залежить від якості комунікаційного менеджменту.

Як свідчать проведенні дослідження, робота з інформацією займає 50–90% загального обсягу робіт менеджера [1, с.21]. Інформація це найважливіший ресурс, який дає змогу організаціям розвиватися та зміцнювати свої стратегічні позиції. Саме інформація є основою комунікацій, що виникають як всередині підприємства так і поза його межами [1,с.32].

Комунікація (лат. *communicatio* – зв'язок, повідомлення; спілкування) – передавання інформації від однієї особи до іншої (інших) [2, с.56].

Метою комунікацій є розуміння і осмислення переданої інформації. Часто інформація при передаванні може бути спотворена, що спричиняє неправильне розуміння її і, як наслідок, прийняття неправильного рішення [2, с.57].

Комунікаційний процес – це обмін інформацією між двома і більше особами, метою якого є забезпечення розуміння інформації, що є предметом обміну. На підприємстві він складається з чотирьох базових взаємопов'язаних елементів: відправник, повідомлення, канал, одержувач та чотирьох послідовних етапів: зародження ідеї, кодування і вибір каналу, передача інформації та декодування повідомлення [3, с.43].

Існує пряма залежність між добре налагодженим комунікаційним процесом та якістю роботи структурних підрозділів підприємства, окремих виконавців, груп працівників і підприємства загалом. Проте потрібно враховувати, що всі види комунікації мають неусувні комунікаційні бар'єри. Саме тому виникає необхідність запровадження ефективного комунікаційного менеджменту на підприємстві.

Комунікаційний менеджмент – об'єктивно орієнтований вид менеджменту, що пізнає і використовує закономірності обміну інформацією, знаннями, інтелектуальною власністю в процесі формування і розвитку економічних систем [4, с.13].

Комунікаційний менеджмент – це теорія і практика управління соціальними комунікаціями як всередині організації, так і між організацією і її середовищем, спрямована на проведення оптимально сприятливих для організації комунікаційних процесів, формування та підтримку іміджу та громадської думки, досягнення згоди, співробітництва та визнання [5, с.54].

Комунікаційний менеджмент – це сукупність накопичених в світовій практиці принципів, методів, засобів і форм впливу комунікаторів на утримання потоків інформаційного взаємодія людей, їх груп, громадських і політичних формувань в процесі спілкування з метою вирішення тактичних і стратегічних завдань по управлінню суспільними відносинами [5, с.53].

Наведені визначення поняття комунікаційного менеджменту дозволяють сформулювати ряд принципових положень:

- особливістю комунікаційного менеджменту є те, він не розглядає систему управління інформаційним процесом з точки зору техніки (джерело, повідомлення, передавач, канали, перешкоди, приймач, зворотний зв'язок), а акцентує увагу саме на соціальному аспекті технології управління, де визначальним компонентом є людський фактор;

- основне призначення комунікаційного менеджменту – вплив на інформаційний потік;

- реалізує комунікаційну стратегію організації на базі двостороннього руху інформації;

- важлива роль приділяється зворотньому зв'язку.

Комунікаційний менеджмент на підприємстві забезпечує [1, с.39]: розробку стратегії ефективності організації; формування корпоративної культури організації, що сприяє згуртованості колективу, створенню корпоративних цінностей і ідеалів; формування каналів комунікації усередині організації і за її межами.

Комунікаційний менеджмент базується на таких загальних функціях: планування комунікацій; організування комунікацій; мотивування працівників системи комунікацій; контролювання комунікацій; регулювання комунікацій [1, с.32].

Для удосконалення комунікаційного менеджменту на підприємстві слід : чітко визначати потребу в інформації кожного структурного підрозділу й кожного робочого місця, регулювати інформаційні потоки відповідно до вирішуваних завдань; налагоджувати взаємодію керівників і підлеглих; налагоджувати ефективну систему зворотного зв'язку; впроваджувати системи збирання пропозицій; використовувати сучасні інформаційних технологій.

Підсумовуючи все вищесказане, можна зробити висновок, що комунікаційний менеджмент є одним із найважливіших компонентів всіх сфер життєдіяльності сучасних людей, відтворюючи систему інформаційного обміну, він пронизує всі сфери і рівні організації, суспільного життя та допомагає людям отримати доступ до масиву інтелектуальних знань і практичних навичок. У діловому світі ефективний комунікаційний менеджмент це умова виживання в конкурентній боротьбі. Хто володіє більш «свіжою» інформацією, той отримує більше шансів її використовувати в своїх корпоративних інтересах. Крім того, чим ефективніше задіяна інформація, тим менші витрати на її зберігання та управління.

#### **Література:**

1. Бебик В.М. *Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві*. – К. : МАУП, – 2005, – 183 с.
2. Гарматюк О.О., *Комунікативний менеджмент: Конспект лекцій* /– Тернопіль: ТНТУ, – 2012, – 53 с.
3. Григорьева. *Коммуникационный менеджмент : учебн. курс (учеб.-метод. пособие)* – : Центр дистанционных образовательных технологий МИЭМП, 2010, – 165 с.
4. Орлова Т.М., *Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами: Автореф. дис. ... доктора экон. наук.* / Московский государственный университет. – М., – 2003, – 38 с.
5. Осовська Г. В., *Комунікації в менеджменті* – М. : «Кондор», – 2003, – 192 с.

**ГОЛОВІНА С.,**  
студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Мельникова К.В.

## ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток глобальних економічних відносин, становлення єдиного світового господарства, ускладнення зовнішнього середовища та структури економічних організацій в цілому, процес безперервної господарської діяльності – призводить до необхідності оцінки економічної діяльності підприємств в цілому.

Сучасний стан економічних відносин вимагає від усіх підприємств виявлення шляхів підвищення ефективності, конкурентоспроможності, впровадження новітніх технологій та ініціативності.

Економічна діяльність включає планування, ціноутворення, облік і звітність, ресурсне забезпечення, розробку системи мотивації персоналу, оцінку ефективності господарювання тощо. Результатом економічної діяльності є задоволення різноманітних людських потреб завдяки виробництву та обміну матеріальними благами та послугами [3, с. 62].

У сучасних умовах господарювання підприємство не в змозі забезпечити свого функціонування на ринку, якщо воно не є економічно ефективним, тому управлінські рішення мають бути направлені не тільки на загальний економічний аналіз, а й на підвищення ефективності функціонування підприємства.

І. А. Бланк та В. В. Новожилов наголошували, що провести аналіз економічної діяльності господарюючого суб'єкта можна за допомогою співвідношення результатів (ефекту) та витратами (ресурсами) [2].

Так, наприклад, А. С. Ануфрієва стверджує, що ефективність підприємства, разом з оцінкою економічної діяльності загалом, можна вимірювати через рівень прибутковості підприємства, через створену для акціонерів вартість, або з точки зору фінансових результатів, бізнес-процесів, споживчої цінності, процесу навчання, інновацій та зацікавленості персоналу [1].

М. Ю. Лев висловлює думку, що найбільш узагальнену оцінку діяльності підприємства характеризує система коефіцієнтів рентабельності [4].

Аналізуючи літературу присвячену оцінці економічної діяльності підприємства, вдалося зробити висновок про тенденцію більшості авторів застосовуючи витратний підхід за базу порівняння використовувати спожиті ресурси. Оцінку економічної ефективності діяльності суб'єкта господарювання неможливо зробити за допомогою одного показника, тому завжди для отримання об'єктивної інформації використовують систему показників, які пов'язані між собою і оцінюють різні сторони діяльності підприємства.

Ряд економістів дотримуються спрощеного варіанту оцінки економічної діяльності підприємства, використовують під час дослідження тільки

структурний аналіз активів і пасивів, аналіз фінансової стійкості, аналізи ліквідності активів та балансу, аналіз платоспроможності.

Прихильники комплексного підходу для оцінки ефективності діяльності суб'єкта господарювання вважають, що методика аналізу повинна враховувати специфіку всіх сфер діяльності організації, тому може бути доповнена аналізом ділової активності та рентабельності, беззбитковості, показником ймовірності банкрутства, грошових потоків та прогнозуванням перспективи розвитку.

Отже, за сучасних умов господарювання оцінка економічної діяльності підприємства має дуже важливе як наукове, так і практичне значення. Вона дає можливість не тільки проаналізувати сумарний ефект різних його структурних підрозділів та напрямів діяльності, оцінити ефективність діяльності підприємства, а й визначити стратегію розвитку, розробити прогноз та план дій на перспективу, установити результати використання витрачених ресурсів: засобів виробництва, робочої сили, інформації тощо [3, с. 74].

Аналіз економічної діяльності – комплексне дослідження якісних та кількісних показників функціонування підприємства, аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх чинників, що призводить до одержання узагальненої інформації, на основі якої формується стратегія та напрям розвитку підприємства.

Такий аналіз має наступні цілі: оцінити, як виконано план та які зміни відбулися в аналізованому періоді у порівнянні з попередніми періодами; розкривати ті чинники, які призвели до відхилення від плану в позитивному або негативному напрямку знову у порівнянні з попередніми періодами; і виявити резерви для підвищення ефективності роботи підприємства та вказати, як вони можуть бути мобілізовані. Аналіз передуює перевірці повноти та достовірності інформації, оскільки глибина та обґрунтованість аналітичних висновків та пропозицій залежать від цієї верифікації.

До основних економічних показників діяльності підприємства відносяться: показники майнового стану (коефіцієнт зносу основних засобів, коефіцієнт оновлення ОЗ, коефіцієнт вибуття ОЗ); показники ліквідності (коефіцієнт покриття, коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, чистий оборотний капітал); показники фінансової стійкості (коефіцієнт фінансової незалежності, коефіцієнт фінансування, коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами, коефіцієнт маневреності власного капіталу); показники ділової активності (коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт оборотності кредиторської/дебіторської заборгованості, період погашення дебіторської/кредиторської заборгованості, коефіцієнт оборотності запасів, коефіцієнт оборотності ОЗ (фондовіддача), коефіцієнт оборотності власного капіталу); показники рентабельності (коефіцієнт рентабельності активів, власного капіталу, реалізації, виробництва продукції).

Отже, систематична оцінка економічної діяльності підприємства та контроль фінансового стану, дозволяє оперативно виявляти негативні сторони в роботі підприємства та своєчасно вживати дієвих заходів щодо виходу з ситуації, що склалася. Аналізу економічного стану підприємства повинна приділятися значна увага.

**Література:**

1. Ануфрієва А. С. *Розвиток організації: політика, потенціал, ефективність: монографія* / А. С. Ануфрієва. – Київ: Київ. нац. торг. – екон. ун-т, 2011. – 280 с.
2. Бланк І. А. *Антикризове фінансове управління підприємством* / І. А. Бланк. – Київ: Ельга, Ніка-Центр, 2006. – 672 с.
3. Івахненко В. М. *Курс економічного аналізу: Навчальний посібник* / В. М. Івахненко. – 5-те вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2013. – 261 с.
4. Лев М. Ю. *Фінансово-економічний аналіз промислових підприємств* / М. Ю. Лев. – Харків: Фактор, 2007. – 320 с.

**ДУШИНОВА Н.,**

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., проф. Мохненко А.С.

## **ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА**

За умов переходу економіки України до ринкових відносин, зростає роль своєчасного та якісного аналізу фінансового стану підприємств.

Фінансовий стан підприємства – це сукупність економічних параметрів, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

Показники фінансового стану підприємства:

- платоспроможності і ліквідності – характеризують фінансові можливості підприємства щодо погашення заборгованості, покриття підприємством позичкових коштів;
- прибутковості – дають можливість порівняти отриманий прибуток з вкладеним капіталом, тобто міру ефективності авансованого у виробництво і реалізацію капіталу;
- ділової активності – характеризує кругообіг засобів підприємства;
- фінансової стійкості – характеризує співвідношення власних і залучених коштів.

Фінансовий стан підприємства може бути стійким, нестійким, кризовим. Здатність підприємства своєчасно здійснювати платежі, фінансувати свою діяльність на розширеній основі свідчить про стійкий фінансовий стан.

Основні прийоми аналізу фінансового стану підприємства:

1) горизонтальний (часовий) аналіз – порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом.

2) вертикальний (структурний) аналіз – визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних факторів на кінцевий результат; дозволяє вивчати внутрішню структуру звітності, якщо узагальнюючим показником приймається, наприклад, обсяг реалізованої продукції, то за допомогою цього методу аналізу з'ясовують, яку частку в групі чи підгрупі реалізованої продукції займає та чи інша товарна позиція.

3) трендовий аналіз – порівняння кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів та визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки



показників, очищеної від впливу індивідуальних особливостей окремих періодів;

4) аналіз відносних показників (коефіцієнтів) – розрахунок відношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників;

5) порівняльний аналіз – внутрішньогосподарський аналіз зведених показників звітності за окремими показниками самого підприємства та його дочірніх підприємств (філій), а також міжгосподарський аналіз показників даної фірми порівняно з показниками конкурентів або із середньо галузевими та середніми показниками.

б) факторний аналіз – визначення впливу окремих факторів (причин) на результативний показник детермінованих (розділених у часі) або стохастичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження.

Процес фінансової діагностики складається з трьох етапів.

1) оцінка поточного стану підприємства та його змін у порівнянні з попереднім періодом. На цьому етапі необхідно охарактеризувати стан підприємства на поточний момент часу та динаміку його змін, визначити, які параметри роботи підприємства є прийнятними в умовах, що склалися, тому їх необхідно зберігати на сформованому рівні, а які є незадовільними і вимагають оперативного втручання та коригування.

2) визначення причин, які призвели до зміни фінансового стану підприємства. Необхідно установити не тільки причини проблем, але і причини успіхів.

3) розробка програми дій на майбутнє. На цьому етапі формується підсумковий набір управлінських рекомендацій, рішень, реалізація яких дозволить покращити, зміцнити фінансовий стан підприємства.

За допомогою діагностики фінансового стану підприємства виробляються стратегія і тактика розвитку підприємства, обґрунтовуються плани й управлінські рішення, здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності виробництва, оцінюються результати діяльності підприємства.

Аналіз та контроль фінансового стану підприємства уможлиблює визначення недоліків та прорахунків, виявлення та мобілізацію внутрішньогосподарських резервів, збільшення доходів та прибутків, зменшення витрат виробництва, підвищення рентабельності, поліпшення фінансово-господарської діяльності підприємства в цілому.

#### **Література:**

1. Гетьман О.О. Економічна діагностика : навч. посібн. [для студ. ВНЗ] / В.М. Шаповал, О.О. Гетьман. – К. : Центр навч. літ-ри. – 2015. – С. 307.
2. Костенко Т.Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства : навч. посібн. / Т.Д. Костенко, Є.О. Підгора, В.С. Рижиков, А.А. Герасимов. – Вид. 2-ге, [перероб. та доп.]. – К. : Центр навч. літ-ри. – 2014. – С. 394-400.

3. Про затвердження Положення про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації: Наказ: від 08.02.2001 / Міністерство фінансів України. – К., 2001. – № 49/121

4. Фінанси підприємств: підручник / [Поддєрьогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. та ін.]; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – восьме видання, перероб, та доп. – К.: КНЕУ, 2013. – 519с.

**Житник Т.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Петренко В.С.

## **ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТРАННОГО КОМПЛЕКСУ**

Економічний аналіз відноситься до наук, що вивчають економіку підприємств, галузей, а також економіку в цілому, і є системою спеціальних знань для дослідження господарської діяльності.

Україна має всі об'єктивні передумови, щоб стати однією з розвинених туристичних держав світу. Саме готельний бізнес здатний подолати розбіжності в розвитку окремих регіонів країни, які значно посилилися останнім часом. Але існує і багато перешкод для цього розвитку, однією з яких є стан готельного господарства, що не відповідає сучасним світовим стандартам.

Розвиток ринкових відносин в Україні зумовлює діяльність підприємств, умов їх функціонування на ринку. Тому підприємствам для того, щоб вижити, необхідно правильно визначати свою стратегію та тактику поведінки на ринку та систематично планувати та аналізувати фінансові результати.

Економічний аналіз виступає невід'ємним елементом діяльності підприємства, оскільки дозволяє провести оцінку його функціонування, спрогнозувати подальший розвиток, виявити резерви підвищення виробництва, ефективності діяльності підприємства в цілому, а також є базою для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Фінансово-економічний стан – найважливіший критерій ділової активності й надійності підприємства, що визначає його конкурентоспроможність і потенціал в ефективній реалізації економічних інтересів всіх учасників господарської діяльності. Воно характеризується розміщенням та використанням засобів (активів) та джерел їх формування (власного капіталу і зобов'язань, тобто пасивів). Основна мета аналізу – виявлення найбільш складних проблем управління підприємством у цілому і його фінансових ресурсах зокрема.

Головними завданнями аналізу фінансово-економічного стану підприємства є правильні оцінки початкового фінансового положення та динаміки його подальшого розвитку.

В основі фінансового аналізу лежить аналіз фінансової звітності. Це зумовлює використання методів і робочих прийомів фінансового аналізу при проведенні оцінки фінансово-економічного стану.

Вагомою особливістю розвитку економічного аналізу в нинішніх умовах є використання в процесі його проведення останніх досягнень світової науки і практики, збагачення методичних арсеналів, широке використання евристичних методів, розширення об'єктів аналізу. Значення аналізу зростає у зв'язку з чітким розмежуванням відповідальності за прийняті управлінські рішення, посиленням мотивації вибору найефективніших варіантів управління в умовах конкуренції.

В умовах сьогодення економічний аналіз являє собою динамічну систему, що перебуває на етапі розвитку. Тому, завдання економістів та аналітиків полягає в тому, щоб зберегти кращі надбання економічної думки, перейняти корисний закордонний досвід, удосконалювати вітчизняний економічний аналіз і в результаті отримати діючий інструмент для підвищення ефективності діяльності підприємств.

Отже, економічний аналіз діяльності підприємств є важливим елементом у системі управління виробництвом, дійовим засобом виявлення резервів, основою розробки науково обґрунтованих планів та управлінських рішень. Тому, український ринок готельних послуг є перспективним. Одночасно спостерігаємо проблеми, як на рівні держави, так і на рівні кожного конкретного готельного комплексу.

#### *Література:*

1. Цигилик, І. І. Економічний аналіз – основний чинник підвищення ефективності підприємницької діяльності [Текст] / І. І. Цигилик // *Актуальні проблеми економіки*. – 2003. – №7. – С. 90-96.
2. Шурпенкова, Р. К. *Поняття й загальні методологічні принципи організації економічного аналізу* [Текст] / Р. К. Шурпенкова // *Соціально-економічні дослідження в перехідний період*. – 2005. – Вип. 6. – С. 512 – 517.
3. Роглев, Х. Є. *Основи готельного менеджменту* [Текст]: навчальний посібник / Х. Є. Роглев. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
4. Лазаришина, І. Д. *Методологія та організація економічного аналізу* [Текст] : монографія / І. Д. Лазаришина. – Рівне : НУВГП, 2004. – 112 с.
5. Павленко, А. Ф. *Трансформація курсу Економічний аналіз діяльності підприємства* [Текст] / А. Ф. Павленко, М. Г. Чумаченко: наук. доповідь. – К.: КНЕУ, 2001. – 88 с.

**КАС`ЯНЕНКО О.В.,**  
ДВНЗ Криворізький Національний Університет,  
Науковий керівник: д.е.н., доцент Турило А.А.

## **НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕТОДИКИ ОБЛІКУ ВІДСТРОЧЕНОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЗА КРЕДИТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ**

На сьогоднішній день кредитно-банківська система відіграє важливу роль у підвищенні ефективності економіки країни. Вона мобілізує та перетворює в активно діючий капітал тимчасово вільні кошти, заощадження і доходи юридичних та фізичних осіб. Тому виникає необхідність у створенні сприятливих умов для її сталого функціонування. Основою фінансової стабільності та ринкової стійкості комерційних банків є правильна організація процесу банківського кредитування, розробка ефективної та гнучкої системи управління кредитними операціями. З огляду на це, особливої актуальності набуває питання щодо забезпечення повноти відображення в бухгалтерському обліку кредитних операцій та складання банками фінансової звітності, яка забезпечує усіх зацікавлених осіб правдивою інформацією стосовно якісних та кількісних характеристик діяльності банківських установ.

Однією з найважливіших проблем на сучасному етапі функціонування банківської системи України залишається проблема ліквідності комерційних банків, що є найбільш вагомим показником, який характеризує ступінь надійності банківських установ. Звітність банків повинна в повній мірі розкривати стан ліквідності, якість активних операцій, обсяг власного капіталу, кількісні показники наявних ризиків та обсягів резервів банку тощо. Низький рівень ліквідності будь-якого банку відчутно обмежує його платоспроможність, спричиняє втрату довіри клієнтів, та, відповідно, ускладнює можливості по залученню депозитних ресурсів і доступ до зовнішніх джерел фінансування, які необхідні для підтримки ліквідності. Наслідком цього можуть стати дефіцит фінансових ресурсів, зниження рівня прибутковості банку тощо.

Достатньо актуальним є питання щодо обліку строкових кредитів, які впливають на ліквідність банку та можливість її оцінки різними юридичними та фізичними особами. Насамперед, це стосується відстрочених (пролонгованих) кредитів, які в бухгалтерському обліку відображаються як строкові, тобто на відповідних рахунках з обліку короткострокової чи довгострокової заборгованості залежно від строку, що визначається з дати пролонгації договору до дати їх погашення. Банки враховують пролонговані кредити при класифікації кредитів у групи ризику, що знаходить відображення не у фінансовій, а в статистичній формі звітності, яка доступна лише Національному банку. Тобто інформація про збільшений потенційних ризик неповернення кредитів є скритим від інших користувачів (клієнтів та потенційних контрагентів банку), які прагнуть проаналізувати звітність банку та оцінити його кредитний ризик.

Таким чином, необхідним є запровадження методики обліку відстроченої (пролонгованої) заборгованості за кредитними операціями, що передбачає включення до Плану рахунків банків України додаткових рахунків для обліку пролонгованої заборгованості за термінами її виникнення. Зазначена методика забезпечить відображення обсягу пролонгованих кредитів у балансі банківської установи, що дозволить проаналізувати показники ризику банку та стан ліквідності. Отже, всі зацікавлені особи отримають доступ до інформації щодо наявних ризиків банку, яка стане корисною для прийняття рішення про вибір того чи іншого банку для подальшої співпраці.

#### **Література:**

1. Краснова І. Інформаційно-аналітичне забезпечення управління ресурсним потенціалом банку / І. Краснова // Вісник НБУ. – 2009. – №10. – С. 46-52
2. Арістова А.М. Фінансовий менеджмент у банку. Опорний конспект лекцій / А.М. Арістова, Н.П. Шульга. – К.: КНТЕУ, 2007. – 123 с.
3. Васюренко О.В. Економічний аналіз діяльності комерційних банків: Навчальний посібник / О.В. Васюренко, К.О. Волохата. – К.: Знання, 2006. – 464 с.

**КОВАЛЬОВ В.В.,**

к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва

**МОРОЗА А.,**

студентка II курсу магістратури факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

## **РЕЗЕРВИ ТА ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Зростання продуктивності праці це головне джерело зростання національного доходу, умова зниження виробничих витрат, фактор підвищення якості та конкурентоспроможності продукції, а також є передумовою зменшення затрат робочого часу, збільшення заробітної плати працівників та покращення рівня життя населення вцілому.

Аналізуючи та плануючи продуктивність праці потрібно знаходити та використовувати резерви її зростання.

Резервами підвищення продуктивності праці являються невикористані можливості економії затрат праці (як живої, так і уречевленої), які утворюються в наслідок дії тих чи інших факторів. Рівень продуктивності праці залежить від ступеня залучення резервів [2].

За часом використання розрізняють:

1. Поточні резерви, використання яких залежить від реальних можливостей протягом місяця, кварталу або року.

2. Перспективні резерви, які використовують відповідно до довгострокових планів підприємства, це може бути через рік або декілька років.

Залежно від сфери виникнення резерви поділяються на:

1. Загальнодержавні – внаслідок їх використання продуктивність праці зростає в економіці загалом. Вони пов'язані з не повним використанням науково-технічного прогресу, нераціональним розміщенням підприємств і неефективною демографічною й територіальною зайнятістю населення тощо.

2. Регіональні – пов'язані з можливостями кращого застосування продуктивних сил даного регіону.

3. Міжгалузеві – це можливості покращення міжгалузевих зв'язків, своєчасна та якісна реалізація договорів щодо поставок, використання можливостей однієї галузі призводить до підвищення продуктивності праці в іншій.

4. Галузеві – пов'язані з можливостями підвищення продуктивності праці, які притаманні для даної галузі економіки й спричинені недостатнім застосуванням техніки і технології виробництва прогресивних досягнень тощо.

5. Внутрішньовиробничі – виявляються та реалізуються безпосередньо на підприємстві. Вони спричинені не ефективним застосуванням техніки, сировини, матеріалів, робочого часу а також через приховане безробіття. Отже, внутрішньовиробничі резерви можна поділити на:

- резерви зниження трудомісткості продукції – можливості зменшення витрат праці робітників на одиницю виготовленої продукції внаслідок автоматизації виробничих процесів, удосконалення організації виробництва й праці;

- резерви поліпшення використання робочого часу – досягається шляхом ліквідації втрат, усунення непродуктивних витрат праці, покращення умов праці на робочому місці [1].

Також для дослідження певних заходів з використання резервів варто з'ясувати які фактори можуть спричинити підвищення продуктивність праці.

Фактор – це рушійна сила, основна причина, умова, що діє на певний процес або явище та трансформує рівень та динаміку продуктивності [3].

При цьому В. М. Лукашевич виділяє чотири групи факторів:

- матеріально-технічні – спричинені використанням нової техніки, нових видів сировини та матеріалів (модернізація обладнання, заміна морально застарілого обладнання новим, тощо);

- організаційно-технічні – характеризуються рівнем організації праці, виробництва та управління (удосконалення організації управління виробництвом, виробництва та організації праці);

- соціально-економічні – виявляються в матеріальній та моральній зацікавленості у результатах праці, як індивідуальних, так і колективних, зміні форм власності на засоби виробництва та результати праці, рівні кваліфікації працівників, якості їхньої професійної підготовки;

- соціально-психологічні – характеризуються якістю трудових колективів, їх соціально-демографічним складом, рівнем дисциплінованості, трудової активності та творчої ініціативи працівників, системою ціннісних орієнтацій, стилем керівництва у підрозділах і на підприємстві в цілому тощо [4].

Отже, підвищення продуктивності праці являється складним процесом, який характеризує одночасну дію декількох взаємопов'язаних факторів, дія яких проявляється у процесі аналізу, що являється важливою функцією управління. Основним завданням з управління продуктивністю праці є досягнення її максимально можливого рівня підвищення. Щоб цього досягти на підприємстві слід розробляти та впроваджувати різні програми по управлінню продуктивністю праці.

#### **Література:**

1. Богиня Д. П. Фактори і резерви підвищення продуктивності праці [Електронний ресурс] / Д. П. Богиня. – Режим доступу: <http://library.if.ua/book/40/2690.html>.
2. Економіка праці і соціально-трудова відносини : навч. посіб. / [А. В. Мерзляк, Є. П. Михайлов, М. Х. Корецький, Г. О. Михайлова]. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 240 с.
3. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посіб. / Г. Т. Завіновська. – [3-тє вид., без змін]. – К. : КНЕУ, 2007. – 304 с.
4. Лукашевич В. М. Економіка праці та соціально-трудова відносини : навч. посіб. / В. М. Лукашевич. – Львів: Новий Світ-2000, 2008. – 248 с.

**КОНДРАТЕНКО Д.,**

Студентка IV курсу факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., професор Мохненко А.С.

## **СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО АНАЛІЗ**

Сьогодні питання аналізу фінансового стану підприємства є значно актуальним і досліджується багатьма вченими, але єдиного тлумачення цього поняття немає.

Питанням визначення змісту фінансового стану підприємства займалися такі автори, як І. О. Бланк [1], М. Я. Дем'яненко [2], Е. А. Маркарьян, Г. П. Герасименко [3] та ін.

Темою цієї статті є дослідження сутності фінансового стану підприємства та його аналіз.

На нашу думку, найбільш влучним тлумаченням категорії «фінансовий стан підприємства» є визначення вчених Маркарьяна Е. А. та Герасименко Г. П., згідно з яким фінансовий стан підприємства – це сукупність показників, які відображають його спроможність погасити свої боргові зобов'язання. Це визначення є лаконічним та зрозумілим навіть для людей, які не є фахівцями.

Стосовно аналізу фінансового стану підприємства необхідно звернути увагу на його завдання, які можуть бути різними залежно від цілей аналізу та специфіки підприємства. Виділяють такі основні завдання аналізу фінансового стану: загальний аналіз балансу; аналіз майна і джерел його утворення (активів і пасивів); аналіз ліквідності та платоспроможності; аналіз фінансової стійкості;

аналіз оборотності оборотних коштів; аналіз руху коштів; аналіз дебіторської та кредиторської заборгованостей; аналіз використання капіталу [4, с. 176].

Кожне із зазначених вище завдань потребує спеціальних знань, без яких неможливо досягти дійсно достовірних результатів діяльності підприємства.

Науковці виділяють наступні види фінансового аналізу, які представлені на рис.1.



**Рис.1. Види фінансового аналізу**

Інформаційною базою аналізу фінансового стану підприємства є, в основному, фінансова звітність.

Фінансова звітність являє собою систему показників, що відображають інформацію про фінансовий стан організації на звітну дату, а також фінансові результати її діяльності за звітний період.

В умовах нестабільності й жорсткої ринкової конкуренції для підтримання стабільного фінансового стану потрібно вдосконалити системи фінансового управління основними елементами фінансового стану, які є загально визнаними: фінансова стійкість, ліквідність, платоспроможність, прибутковість, рентабельність, кредитоспроможність, ділова активність [4, с. 245].

Вчасно зроблений аналіз всієї діяльності підприємства, враховуючі показники основних елементів фінансового стану, дає змогу ліквідувати недоліки у роботі підприємства, якщо такі були виявлені при аналізі, на ранніх стадіях їх виникнення. Це може гарантувати подальший успіх ефективної діяльності підприємства.

За необхідністю ретельної перевірки можна звернутися до аудиторів, як фізичних осіб-підприємців, або до аудиторських фірм. Вони можуть не тільки надати інформацію про стан підприємства, отриману у ході перевірки, але й за необхідністю або на прохання клієнта розробити за результатами проведеного аудиту рекомендації щодо виправлення викритих ними помилок та уникнення зловживань.

За результатами дослідження можна зробити висновок, що тлумачення сутності категорії «фінансовий стан підприємства» неоднозначне. Його



визначення намагалася сформулювати велика кількість вчених. Аналіз фінансового стану підприємства – комплексна характеристика його діяльності у цілому. Вчасно зроблений аналіз є запорукою ефективного та успішного функціонування підприємства не тільки у теперішньому часі, але й у майбутньому.

#### **Література:**

1. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента / Бланк И. А. – К. : Ника-Центр : Эльга, 2015. – Т. 2. – 591 с.
2. Дем'яненко М. Я. Фінансовий словник-довідник / М. Я. Дем'яненко, Ю. Я. Лузан, П. Т. Каблук. – К. : ІАЕУААН, 2014. – 507 с.
3. Маркар'ян Э. А. Финансовый анализ : учеб. пособие / Маркар'ян Э. А., Герасименко Г. П., Маркар'яи С. Э. – 4-е изд. испр. – М. : ИД ФБК-ПРЕСС, 2012. – 217 с.
4. Чупіс Л. В. Оцінка, аналіз, планування фінансового становища підприємства : наук.-метод. вид. / за ред. д. е. н., проф. Л. В. Чупіс. – Суми: Довкілля, 2016. – 404 с.

**КУЛЯНКОВА Д.В.,**

студентка 2 курсу магістратури факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.е.н., доц. Мельникова К.В.

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОПЛАТИ ПРАЦІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ**

Заробітна плата посідає чільне місце в механізмі господарювання та є однією з найвагоміших соціально-економічних категорій, що визначає рівень та якість суспільного розвитку [3, с.13].

Особливе місце в структурі доходів працівника займає заробітна плата. Загалом, саме від розміру заробітної плати залежить рівень і якість життя населення, розмір майбутньої пенсії, що визначає соціальне становище осіб у похилому віці, настрій, здоров'я, можливості освіти, культурного розвитку, психологічний стан людей [5].

Важливість аналізу специфіки впливу оплати праці на якість життя населення набуває все більшої актуальності у зв'язку з виходом України з економічної кризи, яка завдала великих збитків не лише економічній, а, відповідно, й соціальній сфері країни. Під час світової фінансово-економічної кризи значно скоротилось виробництво життєвонеобхідних благ, відповідно збільшилась кількість безробітних, підвищилися темпи інфляції, що перевищували швидкість зростання заробітної плати. Взаємодія усіх вищенаведених чинників призвела до погіршення якості життя населення та зниження продуктивності праці.

Таким чином, питання специфіки впливу оплати праці на якість життя населення та вироблення можливих шляхів подолання проблем оплати праці є дуже важливою проблемою сьогодення. Забезпечити даний взаємозв'язок на практиці – означає зробити доходи працівників та механізм їх формування потужним стимулом суспільного прогресу [4, с. 3].

За сучасних умов соціально-економічного розвитку підприємств України істотно зростає актуальність проблеми підвищення рівня заробітної плати та вдосконалення механізму управління оплатою праці [6].

Отже, саме необхідність дослідження особливостей заробітної плати, її впливу на якість життя населення, а також виокремлення проблем, які існують у сфері оплати праці та вироблення методики їх подолання зумовлює актуальність нашого дослідження.

Відповідно до Закону України «Про оплату праці», заробітна плата – це винагорода, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу. Розмір заробітної платні залежить від складності й умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства [1].

Головними вимогами до організації оплати праці на підприємстві, які відповідають інтересам як працівника, так і роботодавця, є забезпечення необхідного рівня заробітної плати за максимального зниження її затрат на одиницю продукції та гарантія підвищення оплати праці кожного працівника зі зростання ефективності діяльності підприємства [6].

Характеризуючи заробітну плату як ціну робочої сили, необхідно враховувати єдину міру оплати праці, критерієм якої є реальна вартість життя працівника та його сім'ї. Як ціна робочої сили заробітна плата формується на ринку праці й є зовнішньою відносно підприємств. Оплата праці – найдієвіший інструмент активізації людського чинника і використання трудового потенціалу [7]. Зрозуміло, що людина, яка працює, має значно більше витратити на відновлення власних сил, мати певну кількість вільного часу, а також достатньо коштів для задоволення найважливіших потреб (житло, їжа, одяг, духовні потреби). Оскільки для більшості заробітна плата є чи не єдиним джерелом доходу, від її розміру відповідно і залежить якість життя працівника.

З одного боку, доходи працівника – це джерело задоволення його потреб, підвищення якості життя, а з іншого – це й засіб розвитку виробництва, яке «працює» за рахунок тісного взаємозв'язку розмірів доходів працівників з кількістю та якістю їх праці. Таким чином, розмір доходів працівника впливає на якість його життя, яка в свою чергу впливає на якість праці. На нашу думку, лише тоді, коли працівник буде отримувати гідну заробітну плату він буде зацікавлений у підвищенні власних конкурентних характеристик, адже матиме бажання залишитися на даному робочому місці, відповідно буде підвищуватися продуктивність та якість праці. Таким чином існує взаємозв'язок між оплатою праці та її продуктивністю, де проміжною ланкою виступає саме якість життя працівника, тобто його рівень задоволення власних потреб.

Досить гострою проблемою в Україні є також те, що нинішня мінімальна заробітна плата, яку отримують чимало працівників, не набагато вища за прожитковий мінімум. Так, згідно Закону України «Про встановлення прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати» встановлюється прожитковий мінімум на одну особу в розрахунку на місяць у розмірі з 1 січня

2018 року – 1700 грн., з 1 липня – 1777 грн., з 1 грудня – 1853 грн. Даним Законом забезпечується встановлення розміру мінімальної заробітної плати 3723,00 грн.

Різноманітність форм власності на засоби виробництва і найманої праці передбачає обов'язкове регулювання державою відносин з оплати праці через нормативно-законодавчі механізми державних гарантій та оподаткування, а не через безпосереднє втручання до цієї сфери на рівні підприємств та організацій. Даний шлях передбачає наявність у державі такого дієвого механізму, який би забезпечував безумовне виконання основних вимог законодавчих та нормативних актів і не дозволяв його ігнорувати. Якщо у державі такого механізму немає або він недосконалий, то державний вплив на відносини у сфері індивідуальної оплати праці майже відсутній або формується стихійно [5].

Отже, останнім часом в Україні спостерігаються досить невисокі темпи підвищення доходів населення, та при цьому зберігається значне відставання країни від європейських стандартів життя. Покращити ситуацію можливо саме за допомогою державного регулювання рівня мінімальної заробітної плати з метою підвищення вартості робочої сили та вирішення таким чином низки соціальних проблем.

На сьогодні система матеріального стимулювання, розмір середньомісячної заробітної плати не дає змоги працівникові забезпечити задоволення власних потреб на мінімально необхідному рівні навіть за високоефективної індивідуальної праці.

Недостатній розмір заробітної плати небезпечний як у соціально-економічному, так і в соціально-психологічному сенсі.

Тому, по-перше, зростає значення не так рівня, як стабільності та гарантованості заробітної плати; по-друге, гарантована заробітна плата – ознака збереження колишнього соціального статусу; по-третє, із збереженням зайнятості пов'язана низка переваг, якими користується працівник, зокрема – можливість отримання житла, різних видів допомоги та додаткових гарантій з оздоровлення, використання об'єктів соціальної інфраструктури підприємства, дачних та присадибних ділянок тощо. По-четверте, збереження зайнятості за низької заробітної плати полегшує доступ працівника до інформаційної бази, устаткування та ресурсів підприємства, які можна використати для отримання додаткового нерегламентованого заробітку. За наявності такої зацікавленості працівник орієнтований на збереження зайнятості, а вимушена неповна зайнятість може бути йому навіть зручною, оскільки зостається час для різної неформальної праці, самообслуговування [7].

#### **Література:**

1. Закон України «Про оплату праці» від 24 березня 1995 року №108/95-ВР зі змінами та доповненнями від 19.11.10.
2. Богиня Д. П. Про реформу заробітної плати в Україні / Д. П. Богиня, В. Д. Лагутін // *Економіка України*. – 1995. – № 7. – С. 3-12.

3. Вітвіцький В. Стан, проблеми та можливі шляхи підвищення рівня оплати праці в сільському господарстві / В. Вітвіцький, З. Метельська // *Аспекти праці*. – 2007. – № 7. – С. 13–20.

4. Волгин Н. А. Доходы населения и оплата труда в современной России: анализ ситуации, обоснование действий органов государственной власти и управления : монография / Н. А. Волгин, Ю. П. Кокин. – М. : Изд-во РАГС, 2008. – 168 с.

5. Івашина О.Ю. Державне регулювання індивідуальної оплати праці в Україні//Публічне адміністрування: теорія та практика. – Електронний збірник наукових праць. – 2010. – Вип. 1 (3). – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2010-01/10ioyori.pdf>.

6. Мулик Т. О., Брижак І. І. Удосконалення оплати праці на підприємстві. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://intkonf.org/ken-mulik-t-o-brizhak-i-i-udoskonalennya-oplati-pratsi-napidpriemstvi>.

7. Чутка О. Тенденції заробітної плати працівників України // *Вісник Львівського державного аграрного університету. Економіка АПК*. – 2009. – №16(2). – [Електронний ресурс] – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem\\_Biol/Vldau/APK/2009/files/09coxsiu.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vldau/APK/2009/files/09coxsiu.pdf).

**МАЙБРОДА К.,**  
студентка 471 групи,  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонського державного університету  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Мельникова К.В.

## УПРАВЛІННЯ І ПЛАНУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Для розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази та продукції, а також всіх форм інвестування необхідним є таке фінансове джерело як прибуток. Він є джерелом для сплати усіх податків та зборів. Діяльність всього підприємства спрямована саме на зростання прибутку, оскільки він має велике значення. Тобто дохід, який створюється в процесі підприємницької діяльності, матеріального виробництва, відбивається у понятті «прибуток». Будь-яке підприємство створюється з метою отримання прибутку. Пошук механізмів управління вартістю та структурою капіталу, доходами і витратами, основним і оборотним капіталом, оптимальних рішень у сфері капітальних вкладень необхідні фінансовому менеджеру, однією з основних задач якого є максимізація прибутку. Тому результатом ефективного управління фінансами є стабільне зростання прибутку.

Поддєрьогін А.М. вважає, що прибуток – це частина додаткової вартості, виробленої і реалізованої, готової до розподілу. Після того, як вартість, втілена у створеному продукті, буде реалізована і набере грошової форми – підприємство одержить прибуток. Отже, об'єктивна основа існування прибутку пов'язана з необхідністю первинного розподілу додаткового продукту [4]. Покропивний С.Ф. визначає прибуток як залишену після відшкодування на виробничу і комерційну діяльність підприємства усіх витрат частину виручки [3]. Але лише кількісне визначення категорії не розкриває усієї економічної природи прибутку та обмежує його розуміння. Бланк І.А. у своїй праці

«Управління прибутком» відзначає, що в процесі підприємницької діяльності створений у сфері виробництва та послуг чистий дохід є відображенням прибутку як економічної категорії. Він вважає, що готова продукція є результатом поєднання факторів виробництва (капіталу, праці та природних ресурсів) і корисної продуктивної діяльності господарюючих суб'єктів, що за умови продажу споживачу стає товаром [2].

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, кожний 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.

Тому для ефективного ведення господарства підприємства в умовах ринку повинні планувати прибуток. 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.

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 підвищення прибутковості підприємства необхідно: постійно вести облік доходів і витрат, враховувати вплив внутрішніх і зовнішніх факторів, проводити ефективний маркетинг, стежити за продуктивністю праці на підприємстві, збирати інформацію про

конкурентів, проводити ефективну цінову політику, а також доречно економити на кожному етапі робочого процесу.

#### **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. Єніфанова І.Ю. *Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності* / І.Ю. Єніфанова, В.С. Гуменюк // *Економіка та суспільство*. – 2016. – № 3. – С. 189-192.

**МОСКАЛЬ А.,**

студентка I курсу магістратури факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.е.н., доцент Петренко В.С.

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ АКТИВНІСТЮ**

Стабільність фінансового стану підприємства в умовах ринкової економіки значною мірою обумовлюється його діловою активністю. Економічна наука до останніх років минулого століття не приділяла достатньо уваги розгляду ділової активності підприємства як особливої категорії соціально-економічних відносин. В умовах трансформації економіки України, у спектрі істотного розширення прав підприємств у сфері фінансово-економічної діяльності постає проблема визначення ролі ділової активності підприємства в питаннях забезпечення необхідного рівня його конкурентоспроможності, а підтримання або підвищення ділової активності потрібно розглядати як одну з функціональних стратегічних цілей підприємства.

Ділова активність підприємства – це комплексне поняття, яке виражається через систему взаємопов'язаних економічних категорій. Тому серед науковців є різні підходи до визначення цього поняття. Що стосується поняття "управління діловою активністю підприємства", то його можна розглядати як вплив керівництва суб'єкта господарювання на поточні плани з формування, розподілу та перерозподілу всіх видів доступних ресурсів з метою постійного підвищення ефективності діяльності підприємства на мікро- та макрорівнях [3].

З метою досягнення якісного стану управління діловою активністю суб'єкта господарювання, її форсування та інтенсифікації, необхідно розробити комплексний змістовний підхід до її управління, в якому мають бути реалізовані наступні напрямки:

- чітко висвітлені завдання щодо управління діловою активністю підприємства (оцінка, забезпеченість та інтенсифікація ділової активності);
- систематизація заходів з управління діловою активністю підприємства, а саме: сфери управління, алгоритм дій з управління діловою активністю, а також можливі загрози та уразливості підприємства в процесі реалізації вказаних дій.

Ділова активність, виступаючи процесом, пов'язана з результатами діяльності, потенціалом підприємства, конкурентоспроможністю. Отже, управління діловою активністю у системі управління розвитком підприємства посідає одне з провідних місць, оскільки генерує його спроможність до зростання його вартості, що, за твердженням І.О. Бланка [1, с. 68], є головною метою функціонування суб'єктів господарювання.

У сучасній літературі існують різноманітні стратегії як щодо управління підприємством загалом, так і щодо управління діловою активністю зокрема. Є багато класифікацій стратегій управління, що відповідають сутнісним особливостям поняття "ділова активність". Найпоширенішою є класифікація за темпами розвитку підприємства. Відповідно до неї, стратегії управління діловою активністю поділяються на:

- агресивну стратегію;
- помірну стратегію;
- консервативну стратегію [1, с.70].

Проте в сучасних умовах господарювання для ефективного управління діловою активністю недостатньо використовувати лише одну із стратегій, адже існують й інші стратегії, які підходять для управління діловою активністю. Зокрема за функціональною ознакою виділяють: ресурсну, виробничу та маркетингову стратегії. За стадіями економічного розвитку є стратегія зростання, стабілізації, скорочення діяльності [2, с.278].

Тому доцільним було б використання декількох стратегій водночас, що дало б змогу врахувати всі умови як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Тобто для здійснення ефективного управління діловою активністю необхідно застосовувати одну із груп стратегій. Залежно від особливостей підприємства, водночас можна використовувати агресивну, маркетингову та стратегію зростання; помірну, виробничу та стратегію стабілізації; консервативну, ресурсну та стратегію виживання. Завершальним етапом в управлінні діловою активністю є оцінка ефективності здійснення цього управління. Вона дає змогу визначити якість управління діловою активністю підприємства, актуальність і доцільність обраної стратегії, визначити основні помилки і пропуски.

#### **Література:**

1. Бланк И.А. Управление финансовой стабилизацией предприятия / И.А. Бланк. – К. : Вид-во "Ника-Центр", "Эльга", 2003. – 246 с.
2. Герасимчук В.Г. Економіка та організація виробництва : підручник / В.Г. Герасимчук, А.Е. Розенплентер. – К. : Вид-во "Знання", 2007. – 678 с.

3. Томчук О.Ф. Аналітичне забезпечення управління діловою активністю підприємства / О.Ф. Томчук // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 10. – С. 991–995. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/205.pdf>.

**МЕЛЬНИКОВА К.В.,**  
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва  
Херсонського державного університету

## ОЦІНЮВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

В умовах зміни динамічного середовища логістична діяльність та діяльність підприємства в цілому завжди пов'язані з ризиком. Ризик – це економічна категорія, яка відображає особливості сприйняття зацікавленими суб'єктами економічних відносин об'єктивно існуючої невизначеності та конфліктності, які притаманні процесам цілепокладання, управління, прийняття рішень, оцінювання, що обтяжені можливими загрозами та невикористаними можливостями. Підприємства торгівлі стикаються з величезною кількістю негативних чинників, які впливають на кінцевий результат їхньої діяльності – обсяг прибутку: нестабільність поставки, несвоєчасні та неповні платежі споживачів, складнощі із залученням кредитних ресурсів тощо.

Під ризиком у логістичному ланцюзі розуміють небезпеку виникнення затримки в роботі ланцюга постачання, зрив постачання або порушення в роботі однієї або декількох ланок ланцюга. Таким чином, можна сказати, що до найбільш розповсюджених відносять логістичні ризики, пов'язані з виконанням відповідних логістичних функцій при виробництві, зберіганні, маркуванні й упакуванні, транспортуванні різними видами транспорту, документуванні, розрахунках, розподілі товарів, управлінні інформаційними та фінансовими потоками.

Юридичний підхід у визначенні поняття «ризик» передбачає насамперед затвердження цієї дефініції міжнародними та національними нормативно-правовими актами. Згідно зі стандартами управління ризиками Міжнародної організації зі стандартизації Австралії та Нової Зеландії (AS/NZS 4360/1995, AS/NZS 4360/2004, ISO 31000/2009, ISO 73:2009), ризик – це ймовірність впливу випадкової події на цілі; вплив невизначеності на цілі; результат невизначеності щодо мети комерційної діяльності [1].

Об'єктом логістичного ризику підприємства торгівлі є логістична система мікроекономічного рівня (підприємство) як сукупність різних логістичних елементів, оцінити ефективність та умови функціонування яких у майбутньому за наявної неповної інформації з необхідною точністю складно [2].

Суб'єктом логістичного ризику підприємства є незалежні підприємства (фізичні особи, юридичні підприємства), підприємства, що задіяні в управлінні логістичним ланцюгом, тощо.



Джерела логістичного ризику підприємства – це чинники (процеси, явища), які зумовлюють виникнення невизначеності та конфліктності, відсутність повної (вичерпної) інформації на момент прийняття рішень у логістичній системі. Зазначені вище чинники негативно впливають насамперед на характеристики відповідних логістичних потоків (матеріальний, фінансовий тощо), що може зумовити виникнення низки проблем у роботі компонент логістичної системи.

Окрім зазначених, існує ще низка чинників різного виду, які впливають на параметри логістичних потоків, а також можуть безпосередньо або опосередковано впливати на функціонування компонент логістичної системи. Дані чинники спричиняють виникнення відповідних ризиків, які необхідно враховувати менеджменту підприємства у прийнятті управлінських рішень щодо ефективного функціонування логістичної системи. Як наслідок, в осіб, що приймають такі рішення, виникає потреба у знаннях щодо аналізу, оцінювання та моделювання таких ризиків. Рішення про конкретні дії для захисту і зменшення ризику можуть бути деталізовані тільки при глибокому вивченні й аналізі ситуацій ризику, які матимуть місце в тій чи іншій ланці ланцюга. Із цією метою доцільно ідентифікувати і навести класифікацію всіх логістичних ризиків, які можуть виникнути в логістичному ланцюгу. Під класифікацією ризиків у логістичному ланцюзі необхідно розуміти їх розподіл на окремі класи за певними ознаками класифікації. Науково обґрунтована класифікація ризиків дозволяє визначити місце кожного ризику в загальній системі та створити можливість для ефективного застосування відповідних методів і засобів управління ризиками, оскільки кожному виду ризику відповідає свій спосіб управління.

Логістичний ризик може виникнути: під час поставки товарів, неготовності вантажу в потрібний термін, при порушенні термінів та невиконанні вчасно фінансових обов'язків у логістичних системах; під час втрати майна через стихійні лиха та несприятливі умови транспортування; втрати майна внаслідок страйків, масових заворушень, військових дій; ризики, обумовлені порушенням техніки безпеки і пожежної безпеки; під час розкрадань; ризики екологічні (нанесення шкоди довкіллю внаслідок порушення умов транспортування товару); як технічний ризик – відмова і поломка транспортних засобів і, як наслідок, можливі затримки доставки вантажу і підвищення вірогідності інших ризиків; ризики, причиною яких є низька кваліфікація контрагентів підприємства – халатність, втрата документів, їх затримка тощо. Логістичний ризик підприємства торгівлі можна класифікувати за видами потоків та компонентами логістичної системи різного рівня. Для оцінювання логістичних ризиків необхідно оцінювати ризики, пов'язані з оптимізацією фінансових, матеріальних та інформаційних бізнес-процесів. Необхідно виділити також і внутрішні ризики, що виникають на підприємстві торгівлі – це ризики, безпосередньо пов'язані з управлінням ланками поставки і можуть бути прогнозовані безпосередньо самим підприємством.

**Література:**

1. Волосович С.В. *Страхування ризиків кредитної системи* : [монографія] / С.В. Волосович. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2013. – 388 с.
2. Вітлінський В.В. *Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком* / В.В. Вітлінський, П.І. Верченко. – К. : КНЕУ, 2000. – 292 с.
3. Донець Л.І. *Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків* : [навч. посіб.] / Л.І. Донець, О.В. Шепеленко, С.М. Барнцєва [та ін.]. – К. : ЦКЛ, 2012. – 457 с.

**МОХНЕНКО А.,**

д.е.н., професор  
завідувач кафедри фінансів, обліку та підприємництва  
Херсонський державний університет

**ПЕРЕВОЗОВА І.,**

д.е.н., доцент,  
завідувач кафедри підприємництва та маркетингу  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

## **РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА**

В сучасних трансформаційних процесах в агросекторі важливе місце посідає фермерство, оскільки воно є однією з провідних форм господарювання в розвинених країнах світу. Фермерські господарства – це самостійна мала форма підприємництва в аграрному бізнесі, яка визначається як економічно і юридично самостійно господарюючий суб'єкт, що створюється окремим громадянином (сім'єю або групою осіб), і який здійснює на принципах комерційного розрахунку товарне виробництво, переробку, реалізацію і використання сільськогосподарської власної продукції на основі власного і позикового капіталу, землі, виробничих фондів, власної і найманої робочої сили.

Роль та значення фермерських господарств, як і будь-якої форми господарювання, є не стабільними і усталеними компонентами суспільства, вони характеризуються динамічністю, яка піддається впливу чинників внутрішнього і зовнішнього середовища. До економічних чинників розвитку фермерства в Україні відносимо необхідність забезпечення продовольчої безпеки країни і населення якісними продуктами харчування, що є важливим елементом економічної політики держави. Розвиток фермерських господарств зумовлений також соціальними чинниками, пов'язаними з тенденціями розвитку колективних господарств. Все більш важливого значення набувають такі фактори, як рівень спеціалізації, кооперування, інтеграція, розміри підприємства тощо. Системний підхід щодо функціонування фермерських господарств і особливостей їх розвитку дозволив виявити їх позитивні і негативні сторони.

На основі проведеного теоретичного дослідження, вивчення практики функціонування і розвитку фермерських господарств розроблена концепція їх подальшого вдосконалення і розвитку, стійкого за прибутковістю, захищеного в економічному, соціальному і правовому плані. Концепція включає систему заходів, що забезпечують її реалізацію на практиці та досягнення поставлених цілей і формується з блоків: формування усвідомленості товаровиробника у виборі шляху самостійного господарювання у формі фермерського господарства; концентрація землі в приватному секторі (у фермерів); збільшення чисельності фермерських господарств за рахунок трансформації особистих підсобних господарств; кооперація і спеціалізація фермерських господарств; формування первинного капіталу у формі пільгових кредитів; демонополізація переробних підприємств; наукове забезпечення розвитку фермерських господарств; використання досягнень НТП як необхідної умови підвищення стійкого розвитку аграрного виробництва; пізнання і правильне використання законів управління ринковою економікою як основи розвитку фермерських господарств.

Конкуренція є однією з головних складових ринкового механізму і передбачає захоплення ринку, перемогу у конкурентній боротьбі за споживача, забезпечення одержання стійкого прибутку. Конкуренція являє собою особливі економічні відносини, економічне середовище, суперництво, які спрямовуються на задоволення переваг всієї структури потреб за умови достатньої кількості на ринку продавців і покупців, а також свободи входження у галузь та виходу з неї. Це боротьба за максимізацію прибутку. Повною мірою це стосується і підприємств аграрного сектора економіки

Конкурентоспроможність фермерського господарства виявляється у досягненні оптимальних співвідношень між обсягами виробництва і реалізацією продукції та наявним ресурсним потенціалом, платоспроможністю й інвестиційною привабливістю підприємства, у можливості протистояти природним та економічним ризикам приватного господарювання. З іншого боку, під конкурентоспроможністю варто розуміти спроможність фермерських формувань виробляти продукцію, на яку існує попит на ринку, перемагати у боротьбі за покупця, а також відшукувати шляхи розширення своєї ринкової частки. Конкурентоспроможність господарства залежить від оптимального рівня і напряму спеціалізації, а також наявного рівня використання виробничо-ресурсного потенціалу. Конкурентоспроможність можна оцінити тільки порівнюючи між собою фермерські господарства як на рівні регіону, так і на рівні країни.

На основі проведеного теоретичного дослідження, вивчення практики функціонування фермерських господарств розроблена концепція їх подальшого розвитку, забезпечення стійкої прибутковості, захищеності в економічному, соціальному і правовому плані. Концепція включає систему заходів, що забезпечують її реалізацію на практиці і досягнення поставлених цілей і формується з блоків: формування усвідомленості товаровиробника у виборі шляху самостійного господарювання у формі фермерського господарства;

концентрація землі в приватному секторі (у фермерських господарствах); збільшення чисельності фермерських господарств за рахунок трансформації особистих підсобних господарств; кооперація і спеціалізація фермерських господарств; формування первинного капіталу у формі пільгових кредитів; демонополізація переробних підприємств; наукове забезпечення розвитку фермерських господарств; використання досягнень НТП як необхідної умови підвищення стійкого розвитку аграрного виробництва; використання законів управління ринковою економікою як основи розвитку фермерських господарств.

**Література:**

1. Колокольчикова І. В. Сучасний стан розвитку фермерських господарств / І. В. Колокольчикова // Держава та регіони. – 2002. – №3. – С. 71-74.
2. Мохненко А.С. Система прийняття управлінських рішень на підприємстві в умовах економічної кризи / А.С. Мохненко // Вісник економічної науки України. – Донецьк, 2015. – Вип. 2 (29). – С. 62-65.

**ПАСЬОН В.,**

студент II курсу магістратури факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., проф. Мохненко А.С.

## **ВИКОРИСТАННЯ МАТЕРІАЛЬНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО ВДОСКОНАЛЕННЯ**

Матеріальні ресурси – це об'єктивно необхідні умови функціонування виробництва. Вони все більше впливають на зростання його ефективності та якості роботи. Здебільшого від рівня управління ресурсами, його координації з процесом виробництва залежать основні показники діяльності підприємств – виконання плану реалізації, зростання продуктивності праці, зниження собівартості продукції, прискорення оборотності оборотних засобів. Це обумовлено такими факторами значимості матеріальних ресурсів у виробництві:

- виробничі запаси складаються в основному з сум власних оборотних засобів, тому прискорення їх оборотності – великий резерв підвищення ефективності;
- витрати на матеріальні ресурси – основна частина собівартості продукції;
- правильна організація управління матеріальними ресурсами – умова ритмічності виробництва;
- більш жорстке нормування витрат матеріальних ресурсів та лімітування вимагають посилення режиму економії.

Конкретний склад матеріальних запасів кожного підприємства визначається характером його виробничої діяльності, належністю до певної галузевої групи, видами продукції, що випускається, Але при всій

різноманітності матеріалів, що використовуються, вони складають основу виробничого процесу, в них вкладена більша частина оборотних засобів.

У вирішенні питання про повноцінне забезпечення підприємства необхідними матеріальними ресурсами та ефективне їх використання, яких вимагає нормальний хід виробничого процесу, велике значення має економічний аналіз

Мета аналізу ефективного використання матеріальних ресурсів полягає в одержанні найбільш інформативних ключових параметрів, які дають об'єктивну й точну оцінку наявності в підприємства різних видів матеріальних ресурсів з погляду забезпечення його конкурентоспроможності, уможливають оцінку ефективності управлінських рішень щодо формування портфеля замовлень на матеріальні ресурси, виявлення резервів підвищення ефективності використання ресурсів, розробку заходів для їх мобілізації.

Завдання аналізу наступні:

- оцінка забезпеченості виробництва матеріалами та аналіз матеріально-технічного постачання;
- аналіз використання матеріалів у виробництві;
- визначення впливу забезпеченості матеріалами та ефективності їх використання на обсяг виробництва.

Перелік даних завдань визначають зміст і порядок проведення аналізу основних засобів.

Джерелами аналізу матеріальних ресурсів є наступні: "Звіт про основні показники діяльності підприємства" (форма № 1 – підприємство), "Звіт промислового підприємства по продукції (форма № 1-П)", "Примітки до фінансової звітності", оперативні дані відділу матеріально-технічного постачання, інформація складських і транспортних служб, відомості аналітичного бухгалтерського обліку про надходження, витрачання та залишки матеріальних ресурсів; плани матеріально-технічного постачання, нормативно-довідкові дані, які регулюють господарську діяльність.

Отже, матеріальні ресурси підприємства є одним із найважливіших показників діяльності кожного підприємства так є одним із важливих структурних елементів їх функціонування.

Для забезпечення підприємства необхідними матеріальними ресурсами та ефективного їх використання, вимагається нормальний хід виробничого процесу, велике значення в якому має економічний аналіз.

За допомогою економічного аналізу можна вирішити наступні завдання на будь-якому підприємстві:

Завдання аналізу наступні:

- оцінка забезпеченості виробництва матеріалами та аналіз матеріально-технічного постачання;
- аналіз використання матеріалів у виробництві;
- визначення впливу забезпеченості матеріалами та ефективності їх використання на обсяг виробництва.

**ПЕТРЕНКО В.,**  
к.е.н., доцент кафедри фінансів, обліку та підприємництва  
Херсонський державний університет

**КАРНАУШЕНКО А.,**  
к.е.н., асистент кафедри економіки та фінансів  
Херсонський державний аграрний університет

## **ВИХІД ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК ЗА ДОПОМОГОЮ "MANAGEMENT CONTRACTING"**

Основним обґрунтуванням та поштовхом до заключення договорів "Management contracting" (МС) для розробки стратегії виходу на зовнішній ринок є те, що вони повинні збільшувати ймовірність того, що підприємство досягне поставленої цілі з точки зору часу, витрат та грошей. А можливість повністю дотримуватись вибраної стратегії, незважаючи на регіональні обмеження та високий ступінь ризику.

МС – це професійний сервіс, який пропонує корпорація менеджерів (генеральний підрядник) клієнтові (заказник) для керівництва проектами чи стратегіями розвитку.

МС призначається клієнтом на ранньому етапі проекту, який приєднується до професійної команди, щоб внести свій досвід у створення стратегії, дослідження ринку, планування та розрахунок поставленої цілі. Адже стратегічно орієнтовані організації мають істотні переваги які при правильному використанні можуть зумовити вихід на лідируючі позиції в галузі. До таких переваг відносять:

а) зменшення до мінімуму негативних наслідків змін, що відбуваються, а також факторів «невизначеності майбутнього» [1, с.273];

б) можливість врахувати об'єктивні фактори, що формують зміни, зосередитись на вивченні цих факторів; сформувати відповідні інформаційні банки; в) можливість отримати необхідну базу для прийняття стратегічних і тактичних рішень;

г) полегшити роботу по забезпеченню довго- та короткострокової ефективності та прибутковості;

д) можливість зробити організацію більш керованою, оскільки за наявності системи стратегічних планів є змога порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, конкретизованими у вигляді планових завдань;

е) можливість встановлення системи стимулювання для розвитку гнучкості та пристосованості організації та окремих її підсистем до змін;

є) забезпечення динамічності змін через прискорення практичних дій щодо реалізації стратегічних планів на основі відповідної системи регулювання, контролю та аналізу;

ж) створення виробничого потенціалу та системи зовнішніх зв'язків, що є сприятливими до змін і дають можливість досягти майбутніх цілей;

з) реалізація зазначених принципів дає змогу побудувати обґрунтовану послідовність дій щодо реалізації концепції та формування системи стратегічного управління.

Вибір маркетингової стратегії МС здійснюється в декілька етапів. Перш за все виявляються конкурентні переваги фірми. Для оцінки можливостей успішного виходу компанії на ринок зіставляються дані аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища і на їх основі проводиться порівняння характеристик даної фірми з характеристиками конкурентів, а також з очікуваннями споживачів та партнерів [2, с.54]. Фірма визначає сильні та слабкі сторони, що допомагає їй виділити ті напрямки, в яких вона може досягти успіху; оцінює можливості та погрози потенційних ринків, що допомагає визначити фактори, які є необхідними для успіху на ринку. Порівняння потенційно успішних напрямків та важливих для успіху факторів дає фірмі уявлення про власні конкурентні переваги та робить можливим розробку стратегій. Далі розробляється базова маркетингова стратегія – довгостроковий план підприємства, він не повинен бути розписаним детально, тому що вона може бути спростована якимись не передбаченими подіями у зовнішньому середовищі. Тому базова довгострокова стратегія не є чимось, що визначається раз і назавжди та ніколи не змінюється. Вона повинна регулярно коректуватися та уточнюватися в залежності від змін, що трапляються на ринку, та результатів діяльності підприємства [3, с.395].

При розробці базової стратегії МС приймає рішення про ступінь глобалізації діяльності компанії з урахуванням таких факторів, як обсяг місцевого ринку, гострота конкуренції на ньому, ступінь глобалізації діяльності конкурентів, наявність у компанії ресурсів та конкурентних переваг. Спираючись на прийняту базову стратегію, МС компанії проводить аналіз портфеля підрозділів компанії на всіх рівнях. Аналіз портфеля підрозділів фірми – остання ступінь перед прийняттям рішень про вибір маркетингових стратегій, спеціалізації та розміщенні виробництва.

"Management Contracting" знаходить широке використання в країнах що розвиваються, які мають капітал та персонал, але не мають необхідних ноу-хау та кваліфікованих робітників. Пропозиції відносно кооперації з участю закордонного капіталу в цих країнах часто відхиляються через страх допустити безмірну іноземну присутність. Угода на проведення комплексу робіт в області менеджменту обмежено в часі, і наприкінці угоди закордонні спеціалісти будуть замінені на місцевих. Отже, використовуючи Management Contracting, фірма експортує не товар, а управлінські послуги. Частіше за все це здійснюється у формі консультацій для іноземних компаній.

#### **Література:**

1. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент [Навчальний посібник.] / Немцов В. Д., Довгань Л. Є. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. – 560 с.

2. Румянцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність [Навчальний посібник]/ А. П. Румянцев [2-ге видання]. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 292 с.

3. Юхименко П. І. Міжнародний менеджмент [Навчальний посібник] / П. І. Юхименко. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.

**ПРОТОСВИЦЬКА О.І.,**

аспірант кафедри фінансів, обліку і оподаткування  
ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права»

## **КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СТАЛОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Для оцінки реального стану, прийняття виважених рішень щодо формування сталої конкурентоспроможності переробних підприємств необхідно розробити концепцію досягнення її головних цілей та критеріїв й індикаторів.

Конкурентоспроможність можна визначити як сукупність інститутів, політик і факторів, що визначають рівень продуктивності країни. Рівень продуктивності, у свою чергу, встановлює рівень процвітання, який може бути досягнутий економікою [2]. Рівень продуктивності також визначає темпи прибутковості, отримані внаслідок інвестицій в економіку, які, у свою чергу, є фундаментальними рушійними факторами її зростання. Іншими словами, більш конкурентоспроможною економікою є та, яка, швидше за все, зростатиме швидше.

Концепція формування конкурентоспроможності переробних підприємств регіону має включати статичні та динамічні компоненти. Конкурентоспроможність визначає здатність підтримувати високий рівень доходу, вона також є одним з центральних чинників рентабельності інвестицій, що є одним з ключових факторів, що визначають потенціал економічного зростання [3].

З огляду на складність та серйозність піднятого питання і подекуди суттєві неточності та невідповідності в даних, слід пам'ятати, що розгляд питання щодо формування стійкої конкурентоспроможності потребує детального подальшого аналізу. У контексті зазначеного необхідно розробити стратегічні засади та перспективні напрями формування сталої конкурентоспроможності переробних підприємств регіону в умовах реалізації вектора сталого розвитку. Проблемою концепції формування сталої конкурентоспроможності підприємств займалися як вітчизняні так і іноземні науковці протягом багатьох років, породжуючи теорії, починаючи від акценту на спеціалізації та поділу праці на акцент неокласичних економістів на інвестиції у фізичний капітал та інфраструктуру [1], а останнім часом і зацікавленість до інших механізмів, таких як освіта і підготовка кадрів, технічний прогрес, макроекономічна стабільність, ефективне управління і ринкова ефективність [4, 5].

Вважаємо, що хоча всі ці фактори, ймовірно, мають важливе значення для конкурентоспроможності та зростання, вони не є взаємовиключними - два або більше з них можуть бути значними одночасно, і насправді це те, що було показано в економічній літературі.

В той же час зазначимо, що концепція формування стійкої конкурентоспроможності акцентує увагу на важливості продуктивності як рушійної сили процвітання і довгострокового зростання країни та регіону на відміну від звичної концепції сталого розвитку. Ми визначаємо стійку конкурентоспроможність як



сукупність інституцій, політики і чинників, які роблять переробні підприємства регіону продуктивними в довгостроковій перспективі, забезпечуючи при цьому соціальну і екологічну стійкість.

Соціальна сталість, в свою чергу, має визначатись як інститути, політика і фактори, які дозволяють всім членам суспільства мати відмінне здоров'я, відчуття безпеки; і які максимізують їх людський потенціал, який спрямований на внесення свого внеску і отримати вигоду з економічного процвітання регіону та країни, в якій вони живуть. В свою чергу екологічну сталість ми бачимо як сукупність інституцій, державної та регіональної політики і факторів, що забезпечують ефективне управління наявними та потенційними ресурсами для забезпечення достатнього рівня життя нинішнього та майбутніх поколінь. Оскільки вже сьогодні екологічні та соціальні пікові моменти стають більш відчутними, економіки тих країн та регіонів, які інвестують і планують розвиватись в довгостроковій перспективі, врівноважуючи економічний прогрес з соціальною інтеграцією і ефективним управлінням навколишнім середовищем, будуть в більш вигідному становищі для підтримки високого добробуту своїх громадян, навіть при наявності зовнішніх загроз різних типів.

Отже основою концепції формування сталої конкурентоспроможності переробних підприємств регіону має бути розуміння, що, хоча конкурентоспроможність може бути прирівняна до продуктивності, стійка конкурентоспроможність має бути пов'язана з більш широкою концепцією, яка фокусується на аспектах, які виходять за рамки простих економічних результатів, і включає інші важливі елементи, які роблять суспільство стійко процвітаючим шляхом забезпечення якісного зростання.

*Література:*

1. Малік М. Й. *Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми: [монографія]* / М. Й. Малік, О. А. Нужна. – К.: ННЦ ІАЕ, 2007. – 270 с.
2. Кластеризація – шлях до підвищення конкурентоспроможності економіки регіонів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.zoda.gov.ua](http://www.zoda.gov.ua).
3. Федорчук О.М. *Розвиток інфраструктури ринку матеріально-технічних ресурсів для аграрного сектору [Електронний ресурс]* / О.М. Федорчук // електрон. наук. вид. з екон. наук – Миколаїв, 2017. – Вип. 1. – Режим доступу: <http://modecon.mnau.edu.ua/rozvitok-%D1%96nfrastrukturi-rinku-mater%D1%96alno-texn%D1%96chnix-resurs%D1%96v-dlya-agrarnogo-sektoru>.
4. 2012a: *The Europe 2020 Competitiveness Report: Building a More Competitive Europe, 2012 edition.* Geneva: World Economic Forum.
5. Schumpeter, J. 1942. *Capitalism, Socialism and Democracy.* New York: Harper & Row; 3rd Edition, 1950.

**ПРУДСЬКА А.С.,**

студентка 4 курсу,

факультету економіки і менеджменту,

Херсонського державного університету

*Науковий керівник: д.е.н., професор Мохненко А.С.*

## **СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ**

На сучасному етапі економічного розвитку у цілісній системі аналізу ефективності роботи суб'єктів господарювання провідне місце належить рентабельності через комплексність та інформативність цієї економічної категорії. Прибутковість діяльності підприємства завжди була основним стимулюючим чинником для подальшого розширення та розвитку виробництва.

А підприємства, які ефективно функціонують, створюють сприятливий фундамент для підвищення загального рівня економічного розвитку держави. Отже, аналіз рентабельності та виявлення факторів, що впливають на її зміни, мають важливе значення для виявлення способів і шляхів підвищення ефективності роботи суб'єктів господарювання різних галузей економіки.

Рентабельність – це відносний показник, який відображає відношення отриманого ефекту (прибутку, валового доходу) до здійснених витрат або ресурсів, що комплексно відображає використання матеріальних, трудових і грошових ресурсів [2, с.122].

Роль показників рентабельності для кожного промислового підприємства дуже велика. По-перше, вони є основним критерієм ефективності діяльності підприємства. По-друге, їх зростання забезпечує підвищення фінансової стійкості підприємства. По-третє, вони важливі для кредиторів і позичальників грошових коштів, оскільки їх рівень дозволяє оцінити реальність отримання відсотків за зобов'язаннями.

Рентабельність виробництва характеризується широким спектром показників, що можна поєднати у декілька груп, що:

- базуються на витратному підході (рентабельність продукції, рентабельність діяльності);
- характеризують прибутковість продажу (рентабельність продажу);
- основані на ресурсному підході (рентабельність сукупних активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність оборотного капіталу).

До основних показників рентабельності відносяться:

- рентабельність продажу, яка визначається як відношення чистого прибутку до доходу від реалізації без податків, які включаються в ціну продукції;
- рентабельність активів, що визначається як відношення чистого прибутку до середньої величини активів за період отримання відповідного чистого прибутку;
- рентабельність поточних активів уявляє собою відношення чистого прибутку підприємства до середньої величини поточних активів (оборотних коштів) підприємства;
- рентабельність власного (акціонерного) капіталу, яка визначається як відношення чистого прибутку до середньої величини власного капіталу підприємства [1, с.227].

Необхідно підкреслити, що для розрахунку показників рентабельності може бути використаний не лише показник чистого прибутку, а і будь-який інший показник, який характеризує фінансові результати діяльності підприємства (прибуток від звичайної діяльності, прибуток від операційної діяльності, валовий прибуток).

Досить важливим для забезпечення умов постійного зростання рентабельності є якість її планування. Підприємство повинне використовувати як наявні на підприємстві внутрішні можливості підвищення ефективності своєї

роботи, так і пристосовуватися до зовнішніх впливів та використовувати їх для підвищення та покращення фінансових результатів.

Внутрішніми факторами підвищення рентабельності є організаційно-управлінські чинники (розробка стратегії і тактики діяльності та розвитку підприємства, інформаційне забезпечення процесу прийняття рішення); матеріально-технічні чинники (проведення модернізації та реконструкції матеріально-технічної бази підприємства); фінансові чинники (аналіз і пошук внутрішніх резервів зростання прибутку, податкове планування); кадрові чинники (підвищення кваліфікації працівників, поліпшення умов праці).

Щодо зовнішніх чинників, то сюди відносяться адміністративні (оподаткування, правові акти, державне регулювання тарифів і цін); зовнішньоекономічні (зміна тарифів і цін продукцію та послуги в результаті інфляції); ринкові чинники (підвищення конкурентоспроможності у наданні послуг, організація ефективної реклами нових видів товарів) [3, с.113].

Тобто, для забезпечення зростання рентабельності необхідно: використовувати диверсифіковане виробництво, яке буде швидко пристосовуватись до змін внутрішніх та зовнішніх факторів; раціоналізувати витрати на виробництво та реалізацію продукції; налагоджувати систему збуту; підвищувати продуктивність праці; удосконалювати управління якістю та конкурентоспроможністю продукції; періодично здійснювати маркетингові дослідження задля підтримки необхідного рівня цін на ринках збуту.

Отже, аналіз показників рентабельності підприємства дає змогу визначити ефективність вкладення коштів у підприємство, оптимальність та раціональність їх використання. Таким чином, виявивши недоліки під час аналізу рентабельності, ми повинні активно розробляти можливі шляхи вдосконалення виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції, що в майбутньому буде сприяти зростанню прибутку та рентабельності підприємства.

#### **Література:**

1. Горлачук В. В. Економіка підприємства / В.В. Горлачук, І.Г. Яненко – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – 344 с.
2. Мних Є. В. Економічний аналіз : [підручник] / Є. В. Мних. – К. : Центр навч. л-ри, 2003. – 412 с.
3. Танцюра М.Ю. Стратегія забезпечення рентабельності підприємства / М.Ю.Танцюра, Д.Л.Шихмамбетова // Економіка України – 2012 г. – №2(39). – С. 113 – 116.

## **ГЛОБАЛЬНА МОДИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЙ І МОДЕЛЕЙ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Сучасна міжнародна теорія і практика пропонують різні стратегічні підходи із безліччю бізнес-моделей, адаптованих до секторальних, локальних і регіональних специфік: традиційних та інноваційних; пошукових, продуктових, процесних; функціональних і ринкових; факторних і цінкових; проривних, наздоганяючи, адаптаційних тощо. Їх оптимальний симбіоз формує відповідну екосистему, що постійно еволюціонує.

Динамічний науково-технологічний прогрес на основі інформаційно-комунікаційних насамперед надсучасних цифрових технологій, глобальні трансформації ринків та регулятивних інститутів, вимоги соціалізації та екологізації бізнесу у парадигмі сталого розвитку, політизація та індивідуалізація міжнародних економічних відносин безпосередньо впливають на корпоративні стратегічні мотивації, поведінки, організаційні структури і бізнес-моделі.

Ключовими продуцентами новітніх стратегій розвитку бізнесу і генераторами проривних організаційних рішень та бізнес-моделей залишаються транснаціональні корпорації, які займають домінуючі позиції в сучасній геоekonomіці [4]. Завдяки цьому, вони не тільки адаптуються у зовнішньому глобальному конкурентному просторі насамперед через міжнародні злиття та поглинання і стратегічні альянси, але й модифікують організаційну архітектуру в бік внутрішніх асоціативних структур для погодження інтересів акціонерів, менеджерів і працівників [1], беруть участь у глобально і локально значимих проектах через механізми соціальної корпоративної відповідальності.

У високотехнологічних сегментах глобального ринку, де успіху досягають, в першу чергу, інноваційні і виробничі лідери найбільш конкурентними виявились стратегії прориву [7], які у свій час реалізували Google, Harley Davidson, Toyota, Samsung та ін. В такого роду стратегіях для досягнення стратегічного лідерства органічно взаємодіють процеси (стратегічне мислення, формулювання стратегії, стратегічне впровадження і стратегічне регулювання) і продукти (візія, модель бізнесу, проекти і програми, ціннісна пропозиція). Альтернативами можуть бути: споживчоорієнтована модель інноваційної корпоративної поведінки [5], сучасними прикладами якої можуть слугувати Uber, різні шеренгові моделі тощо. Пропонують й інші, іноді екзотичні моделі стратегічної поведінки на сучасних турбулентних ринках, наприклад, стратегія «блакитного океану» [3] чи концепція «чорного лебедя» [6], хоча їхня наукова аргументація справедливо знаходиться в полі критичного аналізу [2].

Одночасно, об'єктивною тенденцією розвитку транснаціональних корпорацій є глобальна консолідація бізнесу шляхом формування мережевих структур, зокрема, на основі метакорпораційної моделі корпоративного управління, де джерелом влади і успіху стають знання, а критичним конкурентним фактором насамперед інтелектуальні активи. Групова (командна) діяльність, координаційний неформально-демократичний стиль управління при постійному якісному зростанні персоналу забезпечують мобільну проактивну поведінку із безкомпромісним досягненням бізнес-цілей і завдань на глобальному ринку. На сьогодні за даними FORTUNE серед ТОП-10 глобальних метакорпорацій позиціонуються представники різних країн: США – Walmart, Exxon Mobil, Apple; Китай – State Grid, China National Petroleum, Sinopec Group; Нідерланди – Royal Dutch Shell; Німеччина – Volkswagen; Японія – Toyota Motor; Велика Британія – BP [8].

#### **Література:**

1. Аоки М. Корпорации в условиях растущего многообразия: познание, руководство и институты / Пер. с англ. Ю. Каптуровского. – М.: изд-во Института Гайдара, 2015. – 368 с.
2. Гранатуров В., Кораблінова І. Концепція «Чорного лебедя»: суперечності та застосовність у сучасному бізнесі / В. Гранатуров, І. Кораблінова // Економіка України. – 2017. – №(663). – С. 86-95.
3. Ким В. Чан. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Ким, Рене Моборн [пер. с англ. И.Ющенко]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 304 с.
4. Кони́на Н.Ю. Транснациональные корпорации как субъекты геоэкономики / Н.Ю. Кони́на // Экономические науки. – 2017. – №3(148). – С. 105-108.
5. Прахалад К. Пространство бизнес-инноваций: создание ценности совместно с потребителем / К.Прахалад, М.С.Кришнан: пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер: Издательство Юрайт, 2012. – 252 с.
6. Талей Н.Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости; [пер. с англ.] / под ред. М. Тюнькиной. – М.: КоЛибри, 2010. – 528 с.
7. Финкельштейн С. Стратегия прорыва / Синди Финкельштейн, Чарльз Харви, Томас Лотон; пер. с англ. Репецкой О.В. – К.: Companion Group, 2007. – 336 с.
8. Global 500 2016 // The Fortune. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://beta.fortune.com/global500>.

**СОЛОВЬОВ А.І.,**

д.е.н., доцент,  
професор кафедри менеджменту і адміністрування,  
Херсонський державний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ CALS-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ АГРАРНИМ СЕКТОРОМ ЕКОНОМІКИ**

Україна має певні здобутки у запровадженні сучасних ІТ, але у значній мірі відстає від провідних промислово розвинених країн особливо у тому що стосується впровадження технологій CALS. Така ситуація негативно

позначиться, перш за все на експортному потенціалі українських виробників сільськогосподарської продукції. На світовому ринку, продукція на пост виробничій стадії життєвого циклу, яка не забезпечена електронною документацією і засобами інтегрованої логістичної підтримки стає неконкурентоздатною. Імпортери вітчизняної продукції обґрунтовано висувають вимоги, задоволення яких неможливе без впровадження CALS-технологій.

На сьогодні багато наукових праць висвітлюють питання актуалізації та впровадження CALS-технологій на підприємствах різних форм господарювання, в тому числі аграрного сектору. Дане питання достатньо висвітлено в сучасних економічних дослідженнях А.Г. Братухіна [1], Д.О. Бурова [2], Соловйов А.І [3].

Стратегія CALS (Continuous Acquisition and Life-cycle Support – безперервні поставки та підтримка життєвого циклу продукції) – це ідеологія створення єдиного інформаційного середовища для процесів проектування, виробництва, випробувань, поставки, експлуатації та утилізації продукції.

Дослідження передового зарубіжного досвіду з впровадження CALS-технологій показує, що шлях від визнання проблеми їх застосування до отримання реальних результатів займає п'ять-сім років. Але загальновідома статистика ефективності впровадження CALS-технологій в різних галузях промисловості й сільського господарства підтверджує скорочення витрат на проектування – від 10 до 30%, скорочення витрат на підготовку технічної документації – до 40%, скорочення витрат на розробку експлуатаційної документації – до 30%.

До того ж очевидним є те що, зволікання впровадженням та застосуванням CALS-підходу може привести до втрат на зовнішніх ринках, труднощів участі в промисловій та сільськогосподарській кооперації, що негативно позначиться на зовнішньоекономічному та діловому рейтингах України.

Шлях реалізації концепції CALS міститься в стратегії CALS, що припускають створення єдиного інформаційного простору для всіх учасників життєвого циклу продукту й передбачає двоетапний план створення єдиного інформаційного простору:

- автоматизація окремих процесів (або етапів) життєвого циклу продукту та подання даних про них в електронному вигляді;
- інтеграція автоматизованих процесів і належних до них даних, що представлені в електронному вигляді в системі єдиного інформаційного простору.

Єдиний інформаційний простір можливо створити для організаційних структур різного рівня: від окремого підрозділу організації до всього підприємства. Основною вигодою від використання на підприємстві CALS-технологій є скорочення часу розробки продукту, що включає скорочення часу виходу продукту на ринок і підвищення його якості. Скорочення часу виходу

на ринок досягається в першу чергу за рахунок підвищення ефективності процесу проектування продукту, яке характеризується чотирма аспектами:

- позбавлення конструктора від непродуктивних витрат часу, пов'язаних з пошуком, копіюванням і архівуванням даних, що при роботі з паперовими даними становить 25-30% його часу;
- покращення взаємодії між конструкторами, технологами та іншими споживачами життєвого циклу продукту за рахунок підтримки методики паралельного проектування;
- значне скорочення терміну проведення зміни конструкції продукту або технології його виробництва шляхом поліпшення контролю за потоком робіт у проекті;
- відчутне збільшення частки запозичених або незначно змінених компонентів у виробі (до 80%) за рахунок надання можливості пошуку компонента з необхідними характеристиками. Впровадження CALS є складним, багатогранним процесом, що вимагає, зокрема, формування нормативно-методичної документації різного рівня – державного, галузевого, корпоративного, а також рівня підприємства.

Для українських підприємств проблема реалізації й ефективного використання CALS-технологій як засобу кардинального підвищення якості та конкурентоспроможності наукоємної продукції набуває актуальності. Для багатьох підприємств застосування цих технологій значною мірою визначає здатність виживання в умовах загострення конкурентної боротьби з іноземними фірмами на внутрішньому ринку і може розглядатися як обов'язкова умова збереження її розширення сектору продажу продукції на зовнішньому ринку.

#### **Література:**

1. Братухин А.Г. CALS в авиастроении / А.Г. Братухин, Ю.В. Давыдов, Ю.С. Елисеев, Ю.Б. Павлов, В.И. Суров. – М.: Изд-во МАИ, 2000. – 304 с.
2. Буров Д.А. Проблемы и перспективы внедрения компонентов CALS-технологии на промышленных предприятиях / Д.А. Буров, А.В. Остроух, Д.И. Попов // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. – 2008. – № 130. – С. 138-146.
3. Соловійов А.І. Ефективність впровадження CALS-технологій в підприємствах аграрного сектора України / А.І. Соловійов // Соціально-економічний розвиток регіонів в контексті міжнародної інтеграції. – 2013. – № 1. – С. 146–149

**СОРОКІНА А.М.,**

аспірантка кафедри економіки та міжнародних економічних відносин

Херсонський державний університет

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

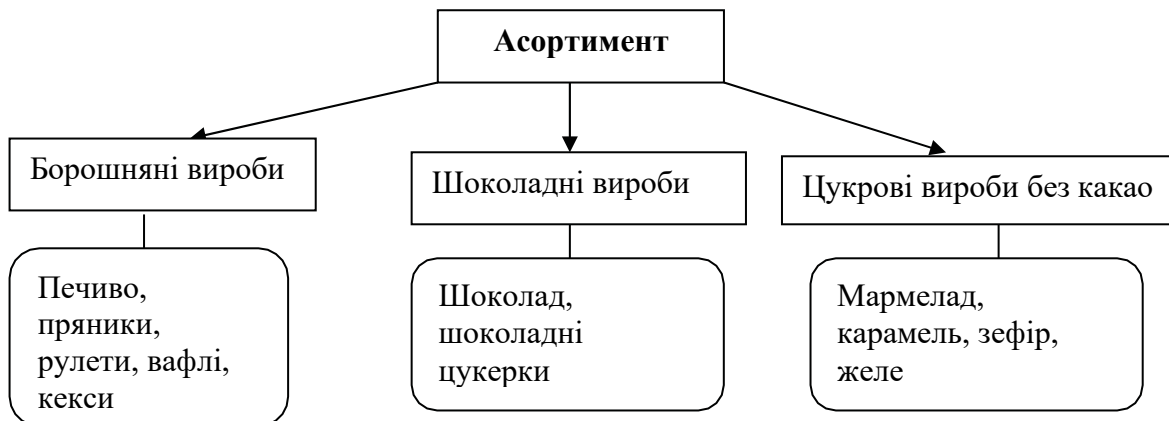
## **РОЗВИТОК КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ**

Однією з найрозвинутіших в харчовій промисловості України є кондитерська галузь, виробу якої займають особливе місце в структурі харчової

індустрії України. Ця галузь досить динамічно розвивається, показуючи порівняно високі темпи росту, які, нажаль, в останні роки дещо зменшилися. Проте, стабільно високий попит на цю продукцію та достатня забезпеченість власними сировинними ресурсами сприяють розвитку кондитерської галузі як в Україні взагалі, так і по регіонах зокрема.

Незважаючи на те, що кондитерська галузь є однією з найперспективніших галузей, держава не приділяє значної уваги для її розвитку. Країна намагається за рахунок кондитерської галузі покращити стан цукрової галузі, яка зараз опинилася в дуже скрутному становищі. Тому ця, та багато інших проблем заважають подальшому розвитку кондитерської промисловості, та ставлять під загрозу її функціонування навіть на рівні самофінансування. Тому особливо актуальним в наш час для розвитку України є якомога швидше збільшити зростання ефективності функціонування підприємств кондитерської галузі [1].

Ринок кондитерської галузі України є одним з найрозвиненіших у вітчизняній харчовій промисловості. Він характеризується широким асортиментом товарів (рис.1). Слід зазначити, що кондитерська галузь є однією з найбільш потенційно ефективних серед харчових. Це зумовлено, насамперед, особливостями продукції, яка виготовляється, а саме великим та постійно оновлюваним асортиментом, відсутністю державного регулювання ціноутворення, що визначає відносно великий рівень рентабельності продукції, значний термін придатності продукції робить національний ринок майже необмеженим. Також слід зазначити, значний експортний потенціал кондитерської галузі.



**Рис.1. Асортимент товарів кондитерської галузі**

Актуальні проблеми кондитерської галузі на сьогоднішній день можна поділити на певні групи (табл. 1).

Відповідно до виділених груп проблем, можна запропонувати шляхи їх вирішення: це залучення інвесторів, адже кондитерська галузь є досить перспективною, а тому й інвестиційно привабливою; втілення ефективної політики з підтримки виробників за рахунок держави.



### Основні проблеми кондитерської галузі

Проблеми	Зміст проблеми
Фінансові проблеми	недостатня залученість інвесторів
Недосконала внутрішня політика держави	зростання ціни на цукор, та як наслідок держави допомоги цукровій промисловості вийти з кризового стану
Проблеми, які пов'язані з російським ринком збуту	збільшення відсотку ввізного мита та введення ПДВ 20% на українську продукцію кондитерської галузі
Пакування продукції	недостатність устаткування та робочої сили

Поступове зростання добробуту населення України сприяє збільшенню обсягів виробництва продукції кондитерської галузі, зміні структури споживання продуктів харчування, підвищенню вимог до якості виробів кондитерської галузі. Виробництво кондитерської галузі є матеріаломістким, а отже більше витрат припадає на придбання сировинних ресурсів. Частина сировини, яка застосовується для виробництва кондитерських виробів, виробляється в Україні [2].

Для вирішення цих проблем потрібно змінити напрямок дій з боку українського уряду, а саме відмовитися від тих заходів, які можуть спричинити тривалу кризу виробництва в кондитерській галузі і призвести до того, що українська продукція буде неконкурентоспроможною на світовому ринку. Отже, для подальшого розвитку кондитерської галузі необхідно зробити державою рішучі кроки, адже саме від правильно здійсненої державної політики залежить майбутнє кондитерської галузі України.

#### *Література:*

1. Волков В.П. Оцінка рівня монополізму в кондитерській галузі України / В.П. Волков, Л.А. Горошкова // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – Вип. №4(8). – С. 181-188.
2. Мартиновський В.С. Сучасний стан і перспективи розвитку кондитерської галузі України / В.С. Мартиновський, Ю.О. Сьоміна // Економіка харчової промисловості. – 2014. – Вип. №2(22). – 43-45.

*Тематична платформа 2  
Економіка та управління підприємствами*

***DYSKINAA.,***

PhD, associate Professor,  
Department of Economics of enterprises  
Odessa National Polytechnic University

***FEDORCHUKA.,***

PhD, associate Professor,  
Department of Economics, Finance and Entrepreneurship  
Kherson State University

***МОКНЕНКОА.,***

Dr. sc., professor,  
Department of Economics, Finance and Entrepreneurship  
Kherson State University

## **THEORETICAL ASPECTS OF BUILDING INFRASTRUCTURE OF EUROPEAN SMART-CITY**

Today, the concept of smart-city is a rather broad concept, which is continually changing. This concept does not replace the development of society by technological rearmament of the urban environment. Participation of people in the processes of management, improvement, and joint use of property becomes the subject of attention not only urbanites and sociologists but also representatives of business.

The most advanced of them are convinced that the primary consumer in the market of smart cities will be a town citizen, surrounded by real-time information services, is ready to pay for living in clean and safe neighborhoods and energy-efficient buildings using affordable and fast transportation. Consequently, the creation of the concept of smart-city is one of the most urgent and debatable issues for the development of the infrastructure of the entire city.

The laboratory that operates at the Vienna University of Technology since 2007 considers the small and medium European city on the degree of compliance with the principles of smart-city. Until 2014, researchers only analyzed small towns – from 100,000 to 500,000 inhabitants. In 2015, the first developed method was applied to larger cities with a population of 300 thousand to one million people [1].

The basis of the method is the allocation of characteristics, through which one can determine the development of the city and its compliance with the main requirements for a modern European city. These characteristics can be divided into two groups – the level of education and social activity of citizens, as well as the openness and ability of social institutions to rapid transformation and modernization. In general, there are six key characteristics of the European smart-city [2].

We will note that they are most often used in the definition of smart-city and are the essential characteristics of the urban environment. The key attributes are smart-economy, smart-mobility, smart-environment, smart-people, smart-living, and smart-government.

Six significant factors characterize a smart-economy. The six elements are: 1) a tendency to innovation or the spirit of innovation; 2) the level of entrepreneurship development; 3) economic image and brand of the city; 4) economic productivity; 5) flexibility of the labor market; 6) involvement in international financial processes. Immediately, we will note that each of the factors put their assessments, which then directly affect the definition of the level of development of a "smart economy" or other characteristics in the city.

The following factors are used to determine the level of smart-mobility: 1) the ability to easily reach all areas of the city; 2) openness and accessibility of the city at the national and international levels; 3) accessibility of IT infrastructure; 4) sustainable, innovative, and safe transportation systems.

Mobility is a vital component of a "smart-city." It is worth paying attention to the inclusion of the mobility characteristic for IT-infrastructure. This implies a rather high level of the technological base, and the physical accessibility of a given place is equivalent to information availability.

The development of a modern city is impossible without taking into account the environmental aspects, and therefore a smart-city is characterized by a responsible attitude to the environment. The factors of these characteristics are: 1) the degree of air pollution; 2) the level of concern for the environment; 3) the level of development of sustainable management of resources management. The importance put on the environment can be considered a key and problematic issue, since technology and ecology are the main smart-city drivers. It is impossible to focus on one of the "directions," although in discussing the problems of smart-cities we often find thematic advantages either in favor of technological progress or support of environmental safety.

We can confidently say that the main component of the smart-city is citizens and therefore the degree of development of the city depends on the level of education of its residents. A city without inhabitants lives a different life. Consequently, it is not surprising that the first factor is the degree of education or the level of skills of citizens, which shows their familiarity with modern technologies and trends.

Another critical factor actively used in the development and operation of e-government institutions is the ability and desire to learn throughout life. The technologies that are continually changing and developing, which make up the core of a smart-city, create challenges for individual citizens, which is that they must be able to use the technologies to be active participants in the modernization process.

Researchers from the Vienna University of Technology attributed the following to a smart way of life: 1) The aforementioned researchers the infrastructure of cultural spaces and the presence of cultural objects; 2) the level of health of the population; 3) the level of individual safety of citizens; 4) the quality of places for residences and the level of development of the system of housing and operating organizations; 5) accessibility and level of educational institutions; 6) attractiveness of the city for tourists; 7) social cohesion of citizens.

We gradually move on to the latest characteristics of a smart-city, smart-management, or smart-government. We have identified three main factors that

indicate that managing your city is smart: 1) citizen participation in decision making related to the city's life and development; 2) work of social and social services; 3) the transparency of the work of the institutes of governance.

Building a smart-city is a lucrative project that is continually changing and transforming. It can not have a clear and fixed structure since it is the interaction of diverse developed social institutions, technologies and communities.

**References:**

1. Muzhanova T.M. "Intelligent City" as an Innovative Model of Management // *Economics. Management. Business* », No. 2 (20), 2017, p. 116-122.
2. The smart city model [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.smartcities.eu/?cid=2&ver=4>.
3. Мохненко А.С. Система прийняття управлінських рішень на підприємстві в умовах економічної кризи / А.С. Мохненко // *Вісник економічної науки України*. – Донецьк, 2015. – Вип. 2 (29). – С. 62-65.
4. Федорчук О.М. Розвиток інфраструктури ринку матеріально-технічних ресурсів для аграрного сектору [Електронний ресурс] / О.М. Федорчук // *електрон. наук. вид. з екон. наук – Миколаїв*, 2017. – Вип. 1. – Режим доступу: <http://modecon.mnau.edu.ua/rozvitok-%D1%96nfrastrukturi-rinku-mater%D1%96alno-texn%D1%96chnix-resurs%D1%96v-dlya-agrarnogo-sektoru>.

**ФУРДАК М.М.,**

к.е.н, ст. викладач кафедри  
фінансів, обліку та підприємництва  
Херсонський державний університет

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ЗВАЖЕНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В СФЕРІ ВИНОГРАДАРСЬКО-ВИНОРОБНОГО ВИРОБНИЦТВА**

Виноградарсько-виноробна галузь України на сучасному етапі переживає найскладніші часи за всю історію свого функціонування і як ніколи потребує системної політики управління та державної підтримки. Аналіз динаміки розвитку галузі з 2010 року свідчить, виноградно-виноробне виробництво знаходиться в глибокому занепаді, відтак за відсутності державної підтримки його розвиток неможливий.

Допомога держави необхідна не тільки для закладки нових виноградників, а й для догляду за ними протягом перших декілька років. Адже орієнтовні потреби на закладання 1 га виноградників та догляд за ними до вступу в повне плодоношення на даний час складають більше 10 тис. дол, що є не підйомною сумою для багатьох підприємств, особливо малого та середнього бізнесу [1,2]. Свого часу за рахунок коштів від 1,5% Збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства в Україні за інтенсивною технологією щороку закладалося близько 3,5 тис. га виноградників, було збудовано 22 сучасних фруктосховища загальною ємністю 50,9 тис. т, що частково дало можливість обмежити імпорт виноградної продукції в Україну [3]. З відміною Збору галузь практично залишилась без державної підтримки, що призвело, в

першу чергу, до падіння обсягів закладання виноградних насаджень та потягло за собою різке зниження попиту на садивний матеріал винограду. Це, в свою чергу, призвело до майже повного знищення такого напрямку в виноградарстві, як розсадництво.

Відтак, вітчизняні фахівці та аналітики ринку винограду і вина обґрунтовано вважають, що без термінових кардинальних кроків з боку держави виноградарсько-виноробна галузь України приречена на знищення [1,2,3].

В першу чергу необхідно забезпечити впровадження зваженої цінової політики на ринку винограду і матеріально – технічних ресурсів.

Крім того, непосильною для виробників є незбалансована акцизна політика – одне з основних джерел наповнення бюджету. В той же час, за думкою спеціалістів, послаблення акцизної політики та її прогнозованість в перспективі, із зростанням виробництва та продажу, могли б принести більші відрахування до бюджету. Могутнім стимулом для вітчизняних виробників мало б стати реформування податкової, кредитної та страхової політики у сфері виноградарсько-виноробного виробництва, а також врегулювання земельного законодавства в частині скасування невмотивованої індексації земель сільськогосподарського призначення та зменшення ставки земельного податку під багаторічними насадженнями, до яких належать виноградники.

Крім того, держава має посприяти налаштуванню паритетних економічних відносин між суб'єктами інтеграційної структури «виробник винограду – виробник вина».

Як бачимо, в складних реаліях сучасного українського виноградно-виноробного виробництва як ніколи раніше нагальним є необхідність в кардинальних кроках з боку держави, направлених на підтримку вітчизняних виробників винограду і вина. І в цьому напрямку Україні ще доведеться вивчити, проаналізувати та застосувати багатий досвід світових лідерів виробництва винограду і вина за умов зваженої, сприятливої державної політики щодо забезпечення успішного розвитку та конкурентоспроможності вітчизняної виноградарсько – виноробної галузі на шляху до євроінтеграції.

Окремим пріоритетом, що відповідає світовим тенденціям, зокрема вектору розвитку виноградарсько-виноробного виробництва в країнах Європейського Союзу, має стати в Україні пропаганда та заохочення розвитку середнього і малого підприємництва в галузі виноградарства, зокрема, сімейного фермерського господарювання. Першим кроком в цьому напрямку стало прийняття Кабінетом міністрів України 13.09.2017 року Концепції розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018-2020 роки, одним з пунктів якої задекларовано стимулювання розвитку виноградарства, садівництва і хмелярства у фермерських господарствах. [4].

#### **Література:**

1. Мулюкіна Н.А. Куди рухається українське виноградарство – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://infoindustry.com.ua/kudi-ruhayetsya-ukrayinske-vinogradarstvo/>

2. Українське виноробство: у битві за виживання – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.epravda.com.ua/publications/2017/10/26/630499/](http://www.epravda.com.ua/publications/2017/10/26/630499/)

3. Про розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://eurowine.com.ua/?q=node/18264>

4. Концепції розвитку фермерських господарств та сільськогосподарської кооперації на 2018-2020 роки – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/664-2017-%D1%80>

**ЯКУШЕВ С.В.**

студентка II курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту

**ЦХАЙ Р.**

студентка II курсу  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

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

## **СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА»**

Корпоративна культура – це міждисциплінарне поняття, яке знаходиться на стику таких областей знань, як менеджмент, організаційна поведінка, соціологія, психологія та культурологія. Її унікальна інтегративна сутність являє собою складну систему, що залежить від історичних особливостей розвитку, політики, цілей і цінностей, управлінського стилю, особливостей внутрішньої комунікації і взаємин в колективі, умов праці та інших факторів. Незважаючи на те, що це поняття і його сутність досліджують різні вчені вже більше 30 років, досі не має єдиного визначення.

Визначення поняття «корпоративна культура» з позицій різних авторів представлено в табл.1

Поряд з поняттям організаційна (корпоративна) культура часто зустрічається поняття «організаційний клімат» чи частіше «соціально-психологічний клімат». Зокрема, Головченко В.О. [9] під соціально-психологічним кліматом розуміє рівень психологічної залученості людини до діяльності, міри психологічної ефективності, рівня психологічного потенціалу особистості і колективу, невикористаних резервів, що реалізуються у прихованих і невикористаних можливостях, масштабу і глибини перешкод, які виникають на шляху реалізації психологічних резервів колективу, тих зрушень, що відбуваються в структурі психологічного потенціалу особи в організації. Тобто, соціально-психологічний клімат – це якісний бік стосунків, що виявляється у виді сукупності психологічних умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності та всебічному розвитку особистості в групі. Такий клімат може бути сприятливим, несприятливим, нейтральним, позитивно чи негативно впливати на самопочуття людини. В той же час Альохіна О. Е. [10] визначає соціально-психологічний клімат як стан

групової психіки, сукупність ставлення членів колективу до умов і характеру сумісної діяльності, до колег по роботі, до керівника колективу. Тобто клімат організації є частиною організаційної культури.

Таблиця 1.

**Визначення поняття «корпоративна культура» з позицій різних авторів**

Автор	Визначення
Тарасова О.В. [1]	Корпоративна культура – це система матеріальних і духовних цінностей, які взаємодіють між собою і відбивають індивідуальність організації, виявляються у поведінці, взаємодії і спілкуванні працівників між собою та із зовнішнім середовищем.
Фіщук Н.Ю. [2]	Корпоративна культура, – сукупність найважливіших положень діяльності організації, обумовлених місією та стратегією розвитку, що знаходять своє відображення в соціальних нормах і цінностях більшості працівників.
Пушкар З.М. [3]	Корпоративна культура – це той інструмент, завдяки якому організація має внутрішній поштовх до розвитку та удосконалення, який реалізується через її персонал шляхом дотримання певних правил та норм поведінки, сприйняття цінностей і переконань.
Шевченко В. С. [4]	Корпоративна культура є інструментом управлінської дії, одним із прогресивних методів управління трудовим колективом, «вона дозволяє м'яко та ненав'язливо» прищепити певні цінності та традиції, що приводять до організаційної єдності й створення фірмового стилю поведінки підприємства»
Новосад М.Г. [5]	Корпоративна культура – це система цінностей, яка може бути детально регламентована документами, можуть бути декларовані лише окремі її принципи і, врешті вона може існувати без будь-яких письмових правил.
Хаст Г.Л. [6]	Корпоративна культура – це колективне, яке стало особистісним, дух організації, який не можна розписати за параграфами, регламентувати у деталях всі прояви особистості і менеджменту. На формування корпоративної культури впливає національний менталітет, національний характер. Чим більша спільнота, тим стійкіша культура, має більше ознак інерційності у процесі змін
Кибанов А.Я. [7]	Корпоративна культура – організаційна культура, фірмова культура, набір найбільш важливих положень, які застосовуються членами організації і одержують вираження в заявлених організацією цінностях і нормах, що дають людям орієнтири їх поведінки і дій.
Монастирський Г.Л. [8]	Організаційна культура – це сформована впродовж всієї історії організації сукупність прийомів та правил адаптації організації до вимог зовнішнього середовища і формування внутрішніх відносин між групами працівників.

Таким чином організаційна культура дозволяє вирізнити організацію, створює атмосферу ідентифікованості для її членів, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників. Розвиток корпоративної культури дозволяє забезпечити відповідність і збалансованість стратегічних завдань компанії,

підвищує творчу активність, ефективність і результативність управління, прискорює процес інтеграції і формування в компанії ефективних команд.

#### Література:

1. Тарасова О.В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Тарасова. – Режим доступу: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/echp\\_2013\\_3\\_8.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/echp_2013_3_8.pdf)
2. Фіщук Н.Ю. Корпоративна культура організації : сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації. [Електронний ресурс] / Н.Ю. Фіщук – Режим доступу: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/691.pdf>
3. Пушкар З.М. Корпоративна культура в контексті діяльності організації [Електронний ресурс] / З.М. Пушкар. – Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/10/230.pdf>
4. Шевченко В. С. Визначення впливу корпоративної культури на діяльність підприємства / В. С. Шевченко // Комунальне господарство. – 2011. – Вип. 14. – С. 160–165.
5. Новосад М.Г. Корпоративна культура підприємств в контексті сучасних стандартів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://194.44.152.155/elib/local/2128.pdf>
6. Корпоративна культура / За ред. Г.Л.Хаста // Навч. пос.–К., ЦНЛ, 2003. – 403 с
7. Кибанов А.Я. Управління персоналом організації / А.Я. Кибанов. – М. : «Инфра-М». – 2004. – 637 с
8. Монастирський Г.Л. Теорія організації: [підручник] / Г.Л. Монастирський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – 288 с.
9. Головченко В.О. – Проблеми формування соціально-психологічного клімату в малій групі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://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/znpdduuu\\_2014\\_15\\_281\\_72.pdf](http://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/znpdduuu_2014_15_281_72.pdf)
10. Альохіна О. Е. Стимулювання розвитку працівників організації / О. Е. Альохіна // Управління персоналом. – 2002. – № 1. – с. 50-52.

**ЧІКІРІСОВ Д.В.,**

Аспірант ДВНЗ Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана

## ВИЗНАЧЕННЯ ПАРАМЕТРІВ ОПТИМІЗАЦІЇ ПОРТФЕЛЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ МАС-МЕДІА

Становлення інформаційного суспільства вимагає інверсії поглядів на соціально-економічні процеси та характер товарно-ринкових відносин учасників бізнесу. Експлуатація фірмою ключових факторів зростання постіндустріального укладу та часів розквіту індустріалізації початку ХХ сторіччя у новому макро-оточенні поступово породжує депресивні явища та нівелює підприємницький дух антрепренера. При поширенні економіки знань діям менеджера належить пріоритетне значення у забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу через новаторство, комбінацію ресурсів та ефективність використання ринкових процесів у синергії із ключовими

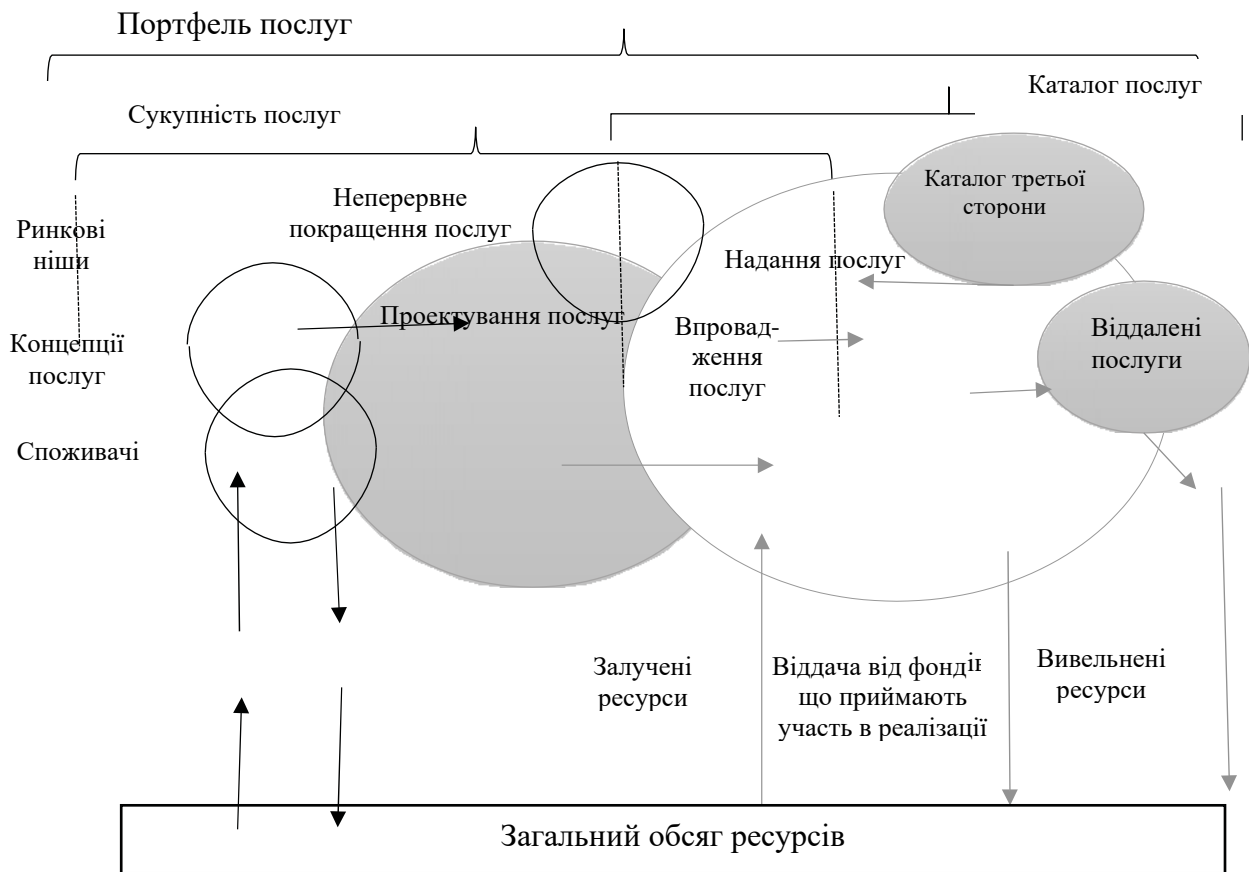


компетенціями фахівців, серед яких пріоритет покладають на спеціальні знання, здібності та досвід.

Такими рисами вирізняється стала бізнес-модель кожного суб'єкту медіа-галузі, зокрема його провідної ланки – засобу масової комунікації (ЗМК). З економічної точки зору ЗМК мають ряд особливостей. Ці характерні риси зумовлюють модель організації та визначають конкуренцію на медіа-ринках. Найважливіші з них впливають на виключення потенційних споживачів, конкуренції, споживання, економії за рахунок масштабів та охоплення і асиметричного розподілу інформації між ринковими суб'єктами.

Подібно до переважної кількості товарів третинного сектору економіки, нематеріальні інформаційні блага характеризуються нездатністю для виключення потенційних споживачів і відсутністю конкуренції в споживанні, внаслідок чого значній частині медіа-продуктів присутній характер суспільних благ. Це приховує небезпеку надлишку пропозиції, що може стати передумовою для регулятивного втручання з боку держави [1]. При цьому, граничні витрати для досягнення додаткового користувача майже нівелюються, принаймні, у випадку ефірного поширення програмної послуг. Таким чином, послуги являються невід'ємною суттєвою частиною товарної пропозиції сучасної клієнт-орієнтованої організації. Їх можна визначити як економічне благо у формі діяльності, або послідовність дій мета якої – підвищення споживчої корисності об'єкта, на який спрямована дана дія, а завдання – вплив на цей об'єкт. В управлінні сучасної компанії зазвичай знаходиться портфель послуг (Service Portfolio). За визначенням західних науковців останній являє собою повний набір послуг, які управляються його постачальником [2]. Портфель послуг описує існуючі зобов'язання контрактами, а також відображає подальший розвиток і поліпшення послуг відповідно до прийнятих планів і стратегій. Портфель використовується для управління життєвим циклом всіх послуг і розмежовує їх на ті, що знаходяться в стані розробки; такі, що пропонуються в теперішній час; і які вже не надаються (рис. 1). Згідно з умовами комерціалізації і відповідно до інструментарію управління портфелем, ранжуються пріоритети інвестицій, залучаються ресурси, розробляються споживчі сегменти і відбувається комерціалізація вздовж наявного ланцюга створення цінності на рівні всієї організації. Отже, портфель послуг відображає всі ресурси, які були виділені в минулому або зайняті на даний час на всьому життєвому циклі послуг і використовується задля максимізації прибутку всієї організації, вирішуючи ряд завдань.

В економічній літературі поняття продуктового портфелю не завжди достатньо конкретизоване, що заважає використанню даного терміну на практиці.



Площа кожного круга пропорційна обсягу залучених ресурсів

**Рис. 1. Портфель послуг підприємства \***

\*Джерело: авторська розробка

Виходячи з цього, процес управління портфелем послуг медійних підприємств має бути, заснований на наступних основних принципах:

- 1) зворотний зв'язок між виробником послуг і споживачем ;
- 2) максимальний облік вимог і умов обраного ринку з одночасним цілеспрямованим впливом на нього;
- 3) орієнтація на ефективне рішення проблем конкретних споживачів з допомогою конкретної послуги. Медійне підприємство, використовуючи свої потужності, має виробляти послуги, що повністю відповідають попиту споживачів, допомагати у вирішенні їх проблем;
- 4) комплексний підхід до досягнення поставленої мети, так як успіх може бути забезпечений тільки всією сукупністю засобів управління, що діють у взаємозв'язку і взаємозумовленості. При цьому категорія «комплексний» включає організаційно-економічні, виробничо-технологічні, маркетингові інструменти і підходи до вирішення проблем управління портфелем послуг, що стоять перед телеканалом.

В той же час під оптимальним портфелем послуг медіа-підприємств розуміється такий обсяг послуг, який забезпечує виконання укладених договорів і зобов'язань щодо продукції (виконання робіт, послуг) у встановлені терміни з мінімумом витрат і максимально можливою

ефективністю. Але перш ніж перейти до забезпечення оптимальних надання послуг доцільним є вдатись до аналізу та прогнозу видобутку медійних підприємств [3].

**Література:**

1. Bell, E. (2016). *Facebook is eating the world. Columbia journalism review. March 9/2018.* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[http://www.cjr.org/analysis/facebook\\_and\\_media.php](http://www.cjr.org/analysis/facebook_and_media.php)>, последнее посещение на 07.09.2018.
2. Knockaert, M. *Unraveling the need for innovation support services in new technology-based firms: The impact of commercialization strategy [Text] / M. Knockaert, E. Vandenbroucke, A. Huyghe // Science and Public Policy.* – 2013. – Vol. 40. – № 1. – P. 85-96.
3. *Free Co-Marketing 7 Cs Compass Model* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://slidemodel.com/free-powerpoint-templates/free-marketing-7c-compass-model-powerpoint/free-co-marketing-7-cs-compass-model>.

**ШЕПЕЛЬ І.В.,**

кандидат економічних наук, доцент  
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»

## **СУЧАСНІ КРИТЕРІЇ ВІДНЕСЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ ДО МАЛИХ, СЕРЕДНІХ ТА ВЕЛИКИХ**

З 2018 року норма щодо класифікації підприємство по розміру з'явилась у Законі України від 05.10.2017 р. №2164-VIII «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». Введено поняття підприємства, що становить суспільний інтерес. Це підприємства – емітенти цінних паперів, цінні папери яких допущені до біржових торгів, банки, страховики, недержавні пенсійні фонди, інші фінансові установи (крім інших фінансових установ та недержавних пенсійних фондів, що належать до мікропідприємств та малих підприємств) та підприємства, які відповідно до цього Закону належать до великих підприємств. Тобто і мікропідприємство може бути підприємством суспільного інтересу. Для зручності критерії та норми узагальнимо в табл. 1.

Для визначення відповідності критеріям, встановленим у євро, застосовується офіційний курс гривні щодо іноземних валют (середній за період), розрахований на підставі курсів Національного банку, що встановлювалися для євро протягом відповідного року.

Фінансова звітність підприємств не становить комерційної таємниці, не є конфіденційною інформацією та не належить до інформації з обмеженим доступом, крім випадків, передбачених законом. На фінансову звітність не розповсюджується заборона щодо поширення статистичної інформації. Підприємства зобов'язані надавати копії фінансової звітності та консолідованої фінансової звітності за запитом юридичних та фізичних осіб у порядку, передбаченому Законом України «Про доступ до публічної інформації».

### Класифікація підприємств в Україні

За Законом №2164-VIII	За ст. 55 ГКУ
<b>Мікропідприємства</b>	
Мікропідприємствами є підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: балансова вартість активів – до 350 тисяч євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 700 тисяч євро; середня кількість працівників – до 10 осіб.	Суб'єктами мікропідприємництва є юрособи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.
<b>Малі підприємства</b>	
Малими є підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: балансова вартість активів – до 4 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 8 мільйонів євро; середня кількість працівників – до 50 осіб.	Суб'єктами малого підприємництва є: юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.
<b>Середні підприємства</b>	
Середніми є підприємства, які не відповідають критеріям для малих підприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: балансова вартість активів – до 20 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 40 мільйонів євро; середня кількість працівників – до 250 осіб.	Інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів середнього підприємництва.
<b>Великі підприємства</b>	
Великими є підприємства, які не відповідають критеріям для середніх підприємств та показники на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: балансова вартість активів – понад 20 мільйонів євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – понад 40 мільйонів євро; середня кількість працівників – понад 250 осіб.	Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ.

Підприємства зобов'язані подавати фінансову звітність органам, до сфери управління яких вони належать, трудовим колективам на їх вимогу, власникам (засновникам) відповідно до установчих документів, якщо інше не передбачено

цим Законом. Органам державної влади та іншим користувачам фінансова звітність подається відповідно до законодавства.

Якщо підприємство з однієї категорії з показниками річної фінансової звітності протягом 2 років поспіль не відповідає наведеним критеріям, то воно переходить до іншої категорії. При цьому встановлено два зауваження:

1) новоутворені підприємства під час визначення відповідності критеріям застосовують показники на дату складання річної фінансової звітності. Тобто у першому звітному періоді (яким вважається рік з дати початку створення підприємства до 31 грудня) нові підприємства вперше визначатимуть, до якої категорії вони належать, за результатами власної діяльності в такому році;

2) якщо підприємство однієї з наведених категорій за показниками річної фінансової звітності протягом двох років поспіль не відповідає наведеним критеріям, воно відноситься до відповідної категорії підприємств. Отже, передбачено можливість автоматичного переходу з однієї категорії підприємств до іншої. Але такий перехід можливий протягом двох років – тобто, наприклад, якщо у одному році велике підприємство відповідає критеріям середнього, статус середнього підприємства воно отримає лише в наступному звітному році, і то якщо відповідатиме критеріям середнього підприємства за показниками фінансової звітності такого року.

За оновленим законом підприємства, які потрапили до групи великих, мають оприлюднити свою фінансову звітність до 1 червня року, що настає за звітним періодом. Це ж саме стосується й фінустанов, які належать мікропідприємств (але не є публічними акціонерними товариствами чи підприємствами, які становлять суспільний інтерес).

#### ***Література:***

1. Класифікація підприємств за Законом №2164-VII (з 1 січня 2018 р.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://dikt.com.ua/show/Osid0388.html>.

---

## ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 3 МЕНЕДЖМЕНТ

---

**ГАВРЕНКОВА В.В.,**

здобувач,

Херсонський державний університет

### **РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛАДОВА КОНЦЕПЦІЇ НАВЧАННЯ ПРОТЯГОМ ЖИТТЯ**

У сучасних умовах економіки знань людський фактор стає критично важливим чинником розвитку світового суспільства. Гуманізація, процеси формування, розвитку і нарощування людського капіталу залишаються ключовими аспектами зростання на всіх рівнях економіки. В свою чергу, неминучі і перманентні зміни бізнес-середовища, викликані трансформацією способів виробництва, техніки і технологій, призводять до необхідності відповідної якісної трансформації людського капіталу та розвитку трудового потенціалу персоналу сучасних підприємств. Тому можна стверджувати, що успішне функціонування економіки на всіх рівнях залежить від запасу здоров'я, знань, умінь та навичок, здібностей та мотивів персоналу, а зростання економіки на всіх рівнях – від якості та швидкості їх нарощування.

Особливо актуальною в розвитку концептуальних засад навчання і розвитку персоналу, з нашої точки зору, є концепція навчання впродовж життя (LLL – lifelong learning), яка сформувалася як відображення зростаючого усвідомлення важливості знань і поступового підвищення їх ролі та освіченості населення для успішного розвитку суспільства і його громадян. Становлення концепції припадає а початок ХХІ століття, на період зростання значення соціальних факторів порівняно із матеріальними та економічними.

На сьогоднішній день, поняття LLL тлумачиться як вся навчальна діяльність людини впродовж життя, яка здійснюється з особистих, соціальних або професійних причин, та результати якої відбиваються на покращенні знань, здатності до інноватики, умінь, компетентностей і/чи кваліфікацій [1].

Особливістю й інноваційною сутністю концепції навчання протягом життя є поєднання освітньої та індустріальної парадигм, тобто розвиток знань, умінь та навичок у поєднанні із оптимальним використанням людських ресурсів. Згідно із філософією LLL, кожен громадянин отримує можливість реалізувати свої освітні потреби як в навчальних закладах, що функціонують на ринку освітніх послуг, так і на місці працевлаштування – на підприємствах, в організаціях та установах, які є учасниками інших ринків. Підприємства, організації та установи, які забезпечують умови для реалізації концепції LLL в науці та бізнес-практиці називають «організації, що навчаються», а підготовка, перепідготовка, підвищення кваліфікації, розвиток працівників в процесі

трудої діяльності розглядається як атрибут функціонування сучасних підприємств, установ та організацій.

Проаналізувавши використання термінів, які позначають трансформацію людських ресурсів організації, слід підсумувати, що поняття «навчання та розвиток» персоналу завжди вживаються разом, підкреслюючи тим самим їхню нерозривність та взаємозв'язок. Тому, з нашої точки зору, дане наукове дослідження має орієнтуватися саме на вживання поняття «навчання і розвиток»; це зумовлюється наступними обставинами:

- неминучість економічних глобалізаційних процесів;
- курс України на євроінтеграцію;
- використання саме цих понять в бізнес-практиці;
- стандартизація бізнес-процесів, в тому числі і персонал-технологій на міжнародному рівні;
- зростання інтенсивності діяльності міжнародних компаній в Україні;
- розширення можливостей виходу на міжнародний ринок для українських компаній тощо.

Зазначені обставини підкреслюють важливість вживання загальноприйнятих термінів в українській науці та практиці. Разом з тим, особливості розвитку української економіки та менеджменту на сучасному етапі потребують формулювання адекватного сучасним реаліям поняття «навчання та розвиток персоналу». Для цього необхідно детальніше дослідити його актуальні цілі, переваги та ризики, новітні тенденції та фактори.

Навчання та розвиток персоналу є найважливішим засобом досягнення стратегічних цілей організації, адже ефективна робота підприємства в умовах постійно зростаючої конкуренції є неможливою без підвищення ефективності роботи на всіх рівнях організації. Головними перешкодами, що заважають досягненню більш високих робочих результатів, є не тільки недостатній рівень професійної підготовки персоналу, але також і старі підходи до роботи на різних рівнях організації. Ці перешкоди можна подолати лише за умови розробки та практичної реалізації нової політики в сфері навчання і розвитку персоналу, що включає різноманітні форми навчання та навчальні програми практично для всіх категорій працівників [2].

Навчання та розвиток персоналу є найважливішим засобом підвищення цінності людських ресурсів організації, тому що в умовах стрімких змін ринкової ситуації як ніколи потрібні таланти, свіжі ідеї та креативність, які здатні забезпечити високий рівень конкурентоспроможності підприємства в цілому. Організації, які готові інвестувати гроші в навчання та розвиток своїх співробітників, можуть розраховувати на те, що працівники, які підвищили рівень своєї професійної підготовки, зможуть легше і швидше вирішувати більш складні завдання, будуть наполегливіше шукати і частіше знаходити найкращі відповіді на ці запитання, краще справлятися з труднощами в роботі. Такі співробітники потенційно будуть більш лояльними до підприємства, готовими працювати на нього з повною віддачею сил. Як показує досвід найбільш успішних вітчизняних і зарубіжних компаній, інвестиції в персонал,

створення умов для зростання працівників і підвищення їх професійного потенціалу дають в 2-3 рази вищу віддачу, ніж кошти, спрямовані на рішення чисто виробничих завдань [3].

Не слід забувати і про той факт, що без своєчасного навчання і розвитку персоналу проведення організаційних змін ускладнюється або стає неможливим. Наявність опору персоналу процесу організаційних змін показує, що без проведення відповідних заходів важко розраховувати на лояльність, розуміння та підтримку змін з метою подальшого розвитку підприємства [4].

Підсумуємо, що навчання і розвиток персоналу приносять вигоди усім сторонам соціально-трудова відносин на всіх економічних рівнях: роботодавцеві (підприємству), працівникові та державі – і тим самим забезпечують нарощення людського капіталу та реалізацію трудового/людського потенціалу та розвиток суспільства.

#### **Література:**

1. *European Commission. 2000. Memorandum on lifelong learning. [online] Available at: [http://arhiv.acs.si/dokumenti/Memorandum\\_on\\_Lifelong\\_Learning.pdf](http://arhiv.acs.si/dokumenti/Memorandum_on_Lifelong_Learning.pdf)*
2. *Decent work for all in a global economy. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ilo.org/public/english/bureau/dgo/speeches/somavia/1999/seattle.htm>*
3. *Воробей О. Ю. Розвиток персоналу як засіб забезпечення його конкурентоспроможності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://knutd.edu.ua>.*
4. *Красношапка В.В. Навчання та розвиток персоналу в контексті конкурентоспроможності підприємства / В.В. Красношапка, А.О. Коваленко // Молодий вчений. – 2014. – № 12(15). – С. 162–165. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/fles/journal/2014/12/38.pdf>.*

**МАКАРЕНКО С.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,

**АЛЕКСАНДРОВА А.,**

студентка факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет

**Олійник Н.,**

к.т.н., доцент,  
доцент кафедри економіки, підприємництва  
та економічної безпеки,  
Херсонський національний технічний університет

## **ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗА РАХУНОК УПРОВАДЖЕННЯ ОБ'ЄКТИВНОЇ МОДЕЛІ ОЦІНЮВАННЯ**

Оцінка конкурентоспроможності персоналу – це цілеспрямований процес встановлення відповідності професійних і особистісних характеристик (компетенцій) співробітників вимогам посади та розміру заробітної плати за



допомогою визначених критеріїв [1]. На підставі процесу оцінювання вирішуються наступні задачі: здійснюється визначення функціональної ролі працівника у виробничому процесі та його місця в організаційній структурі управління підприємством; розробляється комплекс заходів щодо підвищення рівня кваліфікаційних характеристик працівника; визначається відповідність ефективності діяльності працівника та виробничої дисципліни встановленому розміру оплати праці.

Оцінювання може допомогти у встановленні зворотного зв'язку між співробітником в оцінці власної праці і саморозвитку.

Головним завданням при проведенні оцінювання рівня конкурентоспроможності працівників підприємства є визначення відповідності наявних компетенцій працівників сучасним вимогам ринку трудових ресурсів. Зазначене можливе за рахунок встановлення показників оцінювання, що можуть характеризувати як загальні моменти, рівноцінні для всіх працівників підприємства (наприклад, приналежність співробітника до конкретної організаційної, соціально-культурної системи тощо), так і норми праці для конкретного робочого місця або посади (відповідність кваліфікації працівника встановленим професійним вимогам) [2].

Проведення процесу оцінювання рівня конкурентоспроможності персоналу дозволить виявити співробітників, обсяг функціональних обов'язків яких нижчий за встановлений розмір оплати праці. Зазначене дозволить обґрунтовано скоротити загальний обсяг фонду оплати праці без скорочення обсягів виробництва продукції.

Для того, щоб оцінити внесок кожного працівника у збільшення обсягів виробництва пропонується проводити розрахунок комплексного коефіцієнту на підставі експертної оцінки групи фахівців за трьома групами найвагоміших характеристик: виробнича дисципліна, ефективність роботи, розмір оплати праці.

Разом з тим при проведенні оцінювання наявних якісних складових розвитку персоналу та здійсненні мотивуючих заходів потрібно враховувати, що вказані фактори мають різну питому вагу впливу на результативний показник. Тому, для максимальної результативності здійснення мотивуючих заходів щодо вдосконалення якісних характеристик трудових ресурсів суб'єкта господарювання необхідно першочергово створити робочу групу із залученням працівників підприємства та зовнішніх експертів в даній галузі для визначення питомої ваги кожного фактору. Також потрібно враховувати той факт, що кожен з експертів має різний рівень підготовки, досвід роботи та інші вагомі характеристики, що не дозволяють умовно прирівнювати між собою членів експертної групи. Отже, з використанням сучасних економіко-математичних моделей потрібно перевести різні кваліфікаційні характеристики експертів до єдиної шкали оцінювання [3].

Однією з причин недостатнього приділення уваги розвитку персоналу є те, що підготовка кадрів у межах підприємства потребує власних засобів, яких не вистачає у підприємства. Ще однією причиною недостатнього розвитку

підготовки кадрів на підприємстві є не бажання управлінців витратити кошти на навчання персоналу, через можливу зміну роботи останніми, тобто побоювання втратити витрачені кошти на розвиток компетенцій у майбутніх конкурентів. Водночас потрібно враховувати той факт, що інвестиції у професійний розвиток персоналу є одним із чинників підвищення продуктивності праці та лояльності персоналу, і як результат – зростання ефективності діяльності суб'єкта господарювання в цілому. Інвестиції в людський капітал – цілеспрямовані вкладення ресурсів у ті напрямки, що забезпечують покращення якісних параметрів людини, таких як працездатність (освіченість, інтелект, творчість, фізичне і психічне здоров'я, системи мотивації тощо). Потрібно також враховувати найголовнішу складову інвестування у професійний розвиток – це, безпосередньо, інтелектуальний розвиток самої особистості та отримання додаткових професійних компетентностей, які дозволять працівникові в майбутньому реалізуватися на ринку трудових ресурсів як успішному фахівцеві та отримати гідну заробітну плату в бюджетній та приватній сферах господарської діяльності.

#### **Література:**

1. *Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах: монографія [Текст] / В. Т. Лозовецька. – Київ: 2015. – 279 с.*
2. *Цимбалюк С. О. Детермінанти трудової активності персоналу в системі мотивації [Текст] // Актуальні проблеми економіки, 2017. № 1 (187). С. 264-272.*
3. *Тукхтенко N.A., Макаренко S.M. Economic and mathematic models for staff planning at enterprises of all ownership forms [Текст] // Actual problems of economics. № 1 (175), 2016. – P 435-442.*

**МАНАЄНKOVA M.K.,**  
здобувач ступеню PhD  
ДВНЗ Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана, м. Київ

## **МАСШТАБИ ДИФУЗІЇ ІННОВАЦІЙ НА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ**

Дослідженню інновацій на сьогоднішній день приділяється значна увага багатьох науковців України та світу. Інформація є однією з основних вирішальних факторів у визначенні розвитку технологій та ресурсів в цілому. На сьогодні жодна економічна діяльність неможлива без участі сучасних технологій інформації та зв'язку. Телекомунікаційні компанії пропонують багато різноманітних послуг. Але сучасна динаміка зміни технологій на підприємствах вимагає від господарюючих суб'єктів внутрішньої трансформації та розвитку інформаційних систем. Цей розвиток повинен ґрунтуватися не лише на удосконаленні технологій, а і на заміні послуг та використанні інноваційних ресурсів.

Питанням інноваційного розвитку присвячена низка праць вітчизняних та зарубіжних науковців. Спектр цих досліджень досить широкий, але питання

дифузії інновацій в Україні майже не приділялось достатньо уваги. Щоб підготувати ринок до регулярних нововведень необхідно розглянути та розпочати використовувати технології дифузії інновацій в суспільстві.

Дифузія – це процес, під час якого інновація з плином часу через певні канали поширюється серед членів соціальної системи [1].

Впровадження нового продукту, навіть коли він має очевидні переваги, – справа нелегка. Від моменту народження ідеї до її впровадження нерідко спливає багато років. Крім того, впровадження інновацій не завжди дає позитивний результат. Тому способи пришвидшення темпів дифузії інновації – це спільна проблема як підприємств, так і держави.

В Україні, відповідно до КВЕД ДК 009:2010 [2], Інформація та телекомунікації є окремою секцією видів економічної діяльності. За даними Державної служби статистики, телекомунікації за об'ємом капітальних інвестицій у 2017 році зайняли 8 місце, та склали 18 395,2 млн грн, що становить 4,1% від загальної кількості (Таблиця 1).

Таблиця 1

**Показники капітальних інвестицій за видами економічної діяльності**

	Вид економічної діяльності	Капітальні інвестиції, млн грн	Частка, %
1	Промисловість	143300,0	32,0
2	Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство	64243,3	14,3
3	Будівництво	52176,2	11,6
4	Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	37943,5	8,5
5	Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	33664,8	7,5
6	Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	32843,9	7,3
7	Операції з нерухомим майном	22505,6	5,0
8	Інформація та телекомунікації	18395,2	4,1
9	Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	12747,3	2,8
10	Фінансова та страхова діяльність	8055,3	1,8
11	Професійна, наукова та технічна діяльність	7965,3	1,8
12	Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	6708,3	1,5
13	Освіта	3492,5	0,8
14	Тимчасове розміщування й організація харчування	2133,5	0,5
15	Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	1649,2	0,4
16	Надання інших видів послуг	637,6	0,1
	<b>Всього:</b>	<b>448461,5</b>	

Складено автором на основі [3]

Враховуючи, що 21 століття – це період стрімкого розвитку новітніх технологій, а телекомунікаційна галузь – це інформаційні технології, розвиток яких повинен відбуватись прискореними темпами, частка капітальних інвестицій має бути значно вище.

Основні види послуг, які надають телекомунікаційні компанії – це фіксований зв'язок, мобільний зв'язок та інтернет послуги, з яких найприбутковіша – мобільний зв'язок (Таблиця 2).

Таблиця 2

**Доходи від надання телекомунікаційних послуг з 2012 по 2017 рр.**  
**(млн. грн.)**

	Телекомунікаційні послуги	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
1	Фіксований зв'язок	8339,2	8318,9	8057,8	7845,0	6518,4	6046,7
2	Рухомий (мобільний) зв'язок	31553,8	31405,8	31566,3	33005,6	34077,1	35216,6
3	Інтернет-послуги	5401,6	5697,2	6190,4	7144,3	9101,8	10817,9

Складено автором на основі [3]

Доходи від надання мобільних послуг з кожним роком збільшуються. На сьогодні в Україні впроваджується четверте покоління мобільного зв'язку (4 G), перевага якого полягає у більш високій швидкості передачі даних, більш стабільного з'єднання та інше. В той же час в Європі впроваджують вже п'яте покоління мобільного зв'язку.

На думку автора однієї з важливих проблем, з якою стикаються компанії при впровадженні інновації є не тільки відсутність або нестача інвестицій, а й способи впровадження інновації. У тому числі організаційна система управління всередині компанії.

**Література:**

1. Роджерс, Еверет М. Диффузія інновацій / Пер. з англ. Василя Старка. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. – 591 с.
2. Класифікатор видів економічної діяльності [Електронний ресурс]: Національний класифікатор України від 29 листопада 2010 року N 530 – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/print/842>
3. Державна служба статистики [Електронний ресурс]: Статистична інформація / Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності за 2017 рік – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**НЕМЧЕНКО Д.О.,**

студентка 1 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

*Науковий керівник : д.е.н, професор Шашкова Н. І.*

## **ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ШЛЯХОМ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ**

Ціна відіграє ключову роль в системі ринкового механізму та є економічною категорією, що функціонує на основі економічних законів.

У будь-якому суспільстві ціна відображає діючу модель управління економікою, будучи її похідною. Цінова політика поєднує в собі як стратегічні, так і тактичні аспекти. Стратегічні аспекти цінової політики включають договірні заходи по встановленню і зміні цін, спрямовані на регулювання діяльності всієї виробничої і товаропровідної мережі підприємства, і підтримку конкурентоспроможності вироблених товарів і послуг відповідно до цілей і завдань загальної стратегії фірми. Тактичні аспекти цінової політики включають заходи короткострокового і разового характеру, спрямовані на усунення деформації в діяльності виробничих підрозділів і товаропровідної мережі, яка виникає внаслідок непередбачених змін цін на ринках або поведінки конкурентів, помилок управлінського персоналу, і можуть іноді йти врозріз зі стратегічними цілями стратегії підприємства [5].

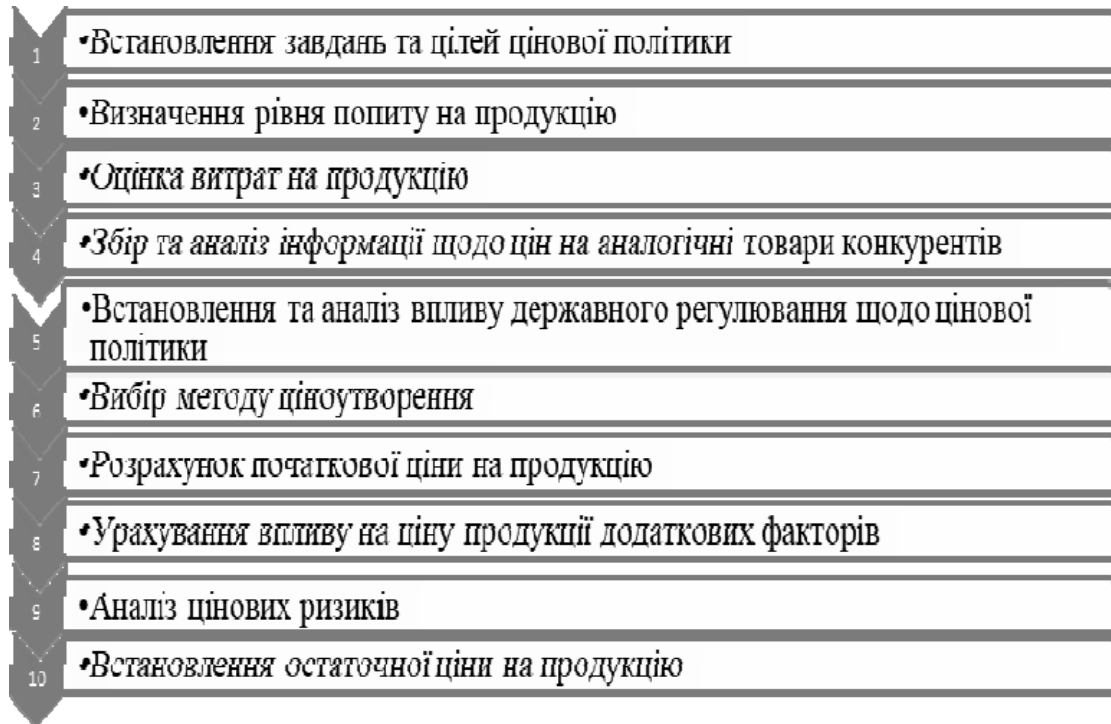
Суть цінової політики полягає у встановленні оптимальних цін на товари, управлінні ними залежно від попиту на ринку, щоб досягти запланованого обсягу реалізації продукції та прибутку підприємства.

Поетапне формування цінової політики схематично представлено на рис.1 було розроблене на основі теорії І. В. Ліпсіца. Він вважає, що «... виробити добре цінове рішення можливо тільки за умови врахування всіх чотирьох категорій суттєво важливих даних: про витрати, про покупців, про конкурентів і про урядову політику» [5]. Кожному підприємству необхідно провести збір, обробку та аналіз інформації щодо споживачів, витрат конкурентів та засобів державного регулювання країни.

Підвищення ціни на продукцію може призвести як до збільшення так і до зменшення обсягу загального прибутку підприємства. Результат залежить від обґрунтованості цінової політики, яка включає в себе аналіз чутливості ринку до цін та обробку ситуації щодо аналізу економічного стану на макrorівні. Але постійний контроль цінової політики та коригування цін не є фактором забезпечення успіху підприємства. Ефективність діяльності підприємства, перш за все залежить від правильності обраної стратегії щодо змін у ціни на товар.

Виділяють три основні правила змін у ціновій політиці.

1. Ціна повинна покривати усі витрати. Цінова політика повинна бути такою, щоб підприємство неодмінно досягало беззбиткового обсягу виробництва продукції.



**Рис.1. Етапи формування цінової політики на підприємстві**

2. Ціна не повинна бути надто низькою. Така цінова політика може не покрити усіх витрат, а також зменшити прибуток шляхом відмови певного сегменту споживачів, які сумніваються у якості даного товару.

3. Ціна не повинна бути надто високою. Кожна продукція у своїй частці ринку серед конкурентів має свої межі ціни, тому керівник підприємства може скористатись даною ціновою політикою тільки у відповідних межах, тобто підвищити ціну до тієї межі, на яку погодиться споживач.

Цінова політика передбачає оцінку інтенсивності попиту. Високі ціни на продукцію призначаються тоді коли спостерігається підвищений попит, а низькі ціни при заниженому попиті.

Висновки. Визначення та встановлення оптимальної цінової політики є одним з найважливіших завдань, що стоять перед підприємством. В сучасному середовищі на ринку підприємство має постійно удосконалювати власний механізм ціноутворення, який має безпосередній вплив на фінансовий результат діяльності організації. Цінова політика – ефективний засіб для утримання власної долі ринку. Дослідження висвітленої теми є необхідним для підприємств в Україні, у часи нестабільності економіки країни загалом. Процес поетапного формування цінової політики є першим кроком до її ефективності. Вибір методу утворення цінової політики повинен виходити саме із завдань та цілей підприємства.

Ключовим етапом ціноутворення для підприємств України є аналіз впливу державного регулювання щодо цінової політики. Найголовнішим завданням для будь-якого підприємства під час встановлення цінової політики є моніторинг всіх ризиків та чинників, що мають вплив на ціну.

При аналізі стану ринку, купівельної спроможності споживачів, моніторингу цінової політики конкурентів, можливості ризиків цінової політики – підприємство досягне успіху.

**Література:**

1. Васильєва Н.З., Козлова Л.И. *Формирование цены в рыночных условиях*. – М: АО «Бизнес-школа», 1995. – 62 с.
2. Герасимчук В.Г. *Маркетинг: теорія і практика*. – К.: Вища школа, 1994. – 386 с.
3. Клименко С.М. *Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків* : Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 249 с.
4. Дугіна С.І. *Маркетингова цінова політика* : Навч. посіб. / К.: КНЕУ, 2005. – 393 с
5. Липсиц И.В. *Коммерческое ценообразование* : Учеб. – М.: Изво БЕК, 2011. – 353 с.

**ОЛЕКСЕНКО Я.А.,**

аспірант кафедри економіки та міжнародних економічних відносин

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.ек.н., професор Тюхтенко Н.А.

## **СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ**

Корпоративна культура компанії стала популярним предметом сучасних досліджень у багатьох галузях соціально-гуманітарного знання. Зокрема, з точки зору менеджменту її розглядають, наприклад, як «потужний інструмент, що дозволяє об'єднати трудову ініціативу всіх співробітників» [1, с. 38]. Економічний аспект розгляду переважно асоціює корпоративну культуру з поняттями успішності, ефективності, підвищення якості праці та прибутковості. Крім того, спостерігаємо підвищений інтерес до цього явища в галузі соціально-психологічних досліджень, що зосереджені на конкретних проявах впливу корпоративної культури на формування особистісних та суспільних рис працівників.

Для ефективного управління корпоративною культурою підприємства необхідно, на нашу думку, насамперед мати чітке уявлення про її сутність, принципи формування й використання, структурну побудову та функціональне призначення кожного складового елемента тощо.

Складність і неоднозначність корпоративної культури як категорії зумовлює наявність у науковій літературі значної кількості праць, автори яких демонструють розмитість власної позиції та наводять визначення із різними акцентами на центральні компоненти корпоративної культури [2, с.256; 3].

Окремі дослідники (О. Віханський, О. Наумова) виділяють якусь одну з характерних рис корпоративної культури, не розкриваючи її повністю. Інші (Г. Морган, Є. Уткін) акцентують на умовах і факторах, що визначають корпоративну культуру, або на характері суспільно-економічних відносин всередині підприємства, або на результаті її використання[2].

Однак, більшість авторів у своїх визначеннях називають в якості центрального компоненту корпоративної культури цінності організації, слід

погодитися, що сутністю корпоративної культури є саме вони, які домінують серед співробітників та сукупність способів їх реалізації, й переважають у ній на певному етапі розвитку підприємства [3, с. 82-85].

Дослідження наукових концептів становлення та розвитку корпоративної культури в історії економічної думки дає змогу зазначити, що беззаперечними складовими корпоративної культури є духовна складова (що включає цінності, міфи, історію, символи (імідж, обряди та ритуали), та соціальна складова ( особиста ініціатива, готовність йти на ризик, чіткі цілі, узгодженість дій тощо).

З часом, коли змінюється сама філософія ведення бізнесу, багато дослідників виявляють нові аспекти прояву культури на підприємстві. Тому серед сукупної кількості теоретичних думок учених, більшість схиляються до включення в структуру корпоративної культури інтелектуальної складової.

На підставі аналізу теоретичних джерел нами систематизовано базові елементи корпоративної культури, що містять три основні складові (табл. 1).

Таблиця 1

**Базові складові корпоративної культури**

№	Назва	Сутність
1.	Інтелектуальна складова	Елементи, що характеризують рівень розвитку інтелекту, та елементи, які відображають результати інтелектуальної діяльності. Забезпечення працівників умовами, що сприяють їх інтелектуальному розвитку (навчання, підвищення кваліфікації, забезпечення об'єктами інтелектуальної інфраструктури, інноваційний розвиток).
2.	Соціальна складова	Умови, характер і зміст праці робітників; стимули до праці; кадрове забезпечення підприємства. Забезпечення працівників умовами, що сприяють їх соціальному розвитку (проведення корпоративних вечорів, організація відпочинку, оздоровлення).
3.	Духовна складова	Кодекс корпоративної поведінки, трудової дисципліни та документів, що визначають основні засади корпоративної культури. Забезпечення працівників умовами, що стимулюють духовний розвиток – етичні цінності, наявність етичних норм та відносин працівників усередині підприємства та працівників підприємства із зовнішнім середовищем.

Складено автором на основі джерел [1, с.37-44; 3].

До соціальних складових елементів корпоративної культури також відносять і такі якості особистості, як бажання конкурувати, уміння переконувати; прагнення відігравати роль неформального лідера; терпимість до рутинної адміністративної роботи [4].

Формування корпоративної культури, що створює соціальний та духовний клімат у колективі, стає в сучасних умовах глобальним стратегічним ресурсом. Практика багатьох зарубіжних ІТ-підприємств свідчить, що ділова єдність напряду залежить від духу та атмосфери, які створюються в компанії. Робота злагодженої команди є більш ефективною, ніж індивідуалізована праця, навіть високопрофесійна. Проте, слід пам'ятати, що все ж таки головними цінностями корпоративної культури є люди та інформація.



**Література:**

1. Дмитренко М.Й. *Методологічні засади дослідження корпоративної культури в соціально-філософському знанні* / М. Й. Дмитренко / Гуманітарний часопис: [зб. наук. праць]. – Х. : ХАІ, 2011. – № 1. – С. 37-44.
2. Тарасюк Л.М. *Основні наукові підходи до визначення термінології в галузі корпоративної культури* / Г.М. Тарасюк / Український науковий журнал «ОСВІТА РЕГІОНУ». – Луцьк, 2012. – Випуск 1. – С. 255-259 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/762>.
3. Фіщук Н.Ю. *Корпоративна культура організації: сутність, види, принципи та вплив на розвиток організації* / Н.Ю. Фіщук, І.В. Ломачинська // Збірник наукових праць ВНАУ. Серія Економічні науки. – Вінниця: ВНАУ, 2012. – Випуск 1 (56). – Том 4. ). – С.82-85.
4. Чернишова А. О. *Деякі аспекти корпоративної культури організації* / А.О. Чернишова, Т.А. Немченко// Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: зб. наук. пр. – Кіровоград: КНТУ, 2010. – Вип. 17. – С. 328-330.

**Синякова К.М.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування,  
Херсонський державний університет

## **ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ**

Трансформаційні процеси сучасного суспільства, які носять постійний та безперервний характер чинять безпосередній вплив на всі аспекти діяльності підприємств різних галузей, розмірів та форм власності. В умовах постійних перетворень та швидких змін у техніці та технологіях виробництва у поєднанні із зростанням вимог споживачів до якості товарів і послуг, незмінно важливим компонентом успішної бізнес-діяльності залишаються компетентні, вмотивовані та лояльні співробітники організації.

Формування зазначених вище критично важливих характеристик співробітників організації є результатом формування і реалізації ефективної кадрової політики. Як напрям наукової проблематики, протягом останніх десятиліть кадрова політика постійно досліджується зарубіжними та вітчизняними вченими та керівниками бізнес-структур. Загалом, сучасними дослідниками визнано, що кадрова політика відображає філософію і принципи організації по відношенню до співробітників організації. З точки зору стратегічного управління, кадрову політику характеризує її зв'язок з метою, стратегією, структурою організації та організаційними відносинами; Кадрова політика формується на стратегічному рівні, а реалізується на нижньому та середньому рівнях.

Використовуючи дані звіту Міжнародної організації праці «World Employment and Social Outlook» [1] та публікацій в авторитетних виданнях [2,3], визначимо глобальні тенденції, що впливають на формування кадрової політики підприємств:

1. Дефіцит роботи. Глобальне безробіття зростає, що обумовлено зростанням країн з економікою, що розвивається. Очікується, що рівень безробіття в глобальному масштабі – зростатиме. Зокрема, в 2017 році рівень глобального безробіття зріс до 5,8 відсотка, що означає збільшення безробіття у цілому на 3,4 мільйони в порівнянні з 2016 роком (загальне безробіття становить 201,1 мільйонів).

2. Нерівні можливості ринку праці для жінок. На сьогоднішній день ринку праці притаманна дискримінація жінок. У середньому жінки отримують меншу заробітну плату, ніж чоловіки. Загалом, жінки займаються менш престижними видами праці і рідше посідають керівні посади в організації.

3. Невдоволення соціально-економічною ситуацією. У відповідь на глобальну невизначеність та збереження основних економічних проблем ризик соціальних занепокоєнь чи невдоволення посилюється майже у всіх регіонах. Насправді, на основі індексу соціальних заворушень МОП, який вимірює виражене невдоволення соціально-економічною ситуацією в країнах, середній світовий показник соціального занепокоєння зріс на 0,7 пункту між 2015 і 2016 роком до 22,4 пункту.

4. Міжнародна трудова міграція. Вона обумовлена передовсім економічними факторами. По-перше, впливом закону нагромадження капіталу, закону капіталістичного народонаселення, нерівномірного розвитку країн, які зумовлюють нерівномірність у розмішенні ресурсів; по-друге, рівнем життя населення, умовами підприємницької діяльності.

Згідно наведених тенденцій, можна виокремити основні проблеми кадрової політики сучасного підприємства:

- непередбачений штатний розклад, об'єднання декількох підрозділів компанії або поглинання іншою фірмою;
- невисока ступінь інформування кадрових ресурсів,
- проведення перетворень в структурі організації без відповідної кадрової перебудови;
- зміни в структурі адміністрації та ін., що відбувається під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів;
- пасивність та байдужість персоналу до виконуваної роботи;
- небажання здібних і компетентних працівників займати керівні посади на підприємстві;
- постійні і необґрунтовані протести з боку персоналу проти будь-яких нововведень;
- надмірна централізація управлінських функцій, що знижує ефективність процесу управління.

Вирішити ці та інші проблеми кадрової політики на підприємствах України можливо за рахунок використання професійної управлінської праці, підвищення рівня підприємницької культури, обґрунтування кадрових рішень та запозичення адекватного українським умовам досвіду успішних світових корпорацій.

**Література:**

1. Звіт МОП «WordEmploymentandSocialOutlook» [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_541211.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_541211.pdf)
2. Ключові тенденції ринку праці: дослідження EY Ukraine [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ey.com/ua>
3. Скільки людей втратила Україна за 2017 рік, шокуючи цифри [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://politeka.net>

**SOLOVIOV N.A.,**

student of the Faculty of Foreign Philology

Scientific Supervisor: PhD in Philology Khan O.G.

## **PLANNING OF INNOVATIONS IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF THE ENTERPRISE**

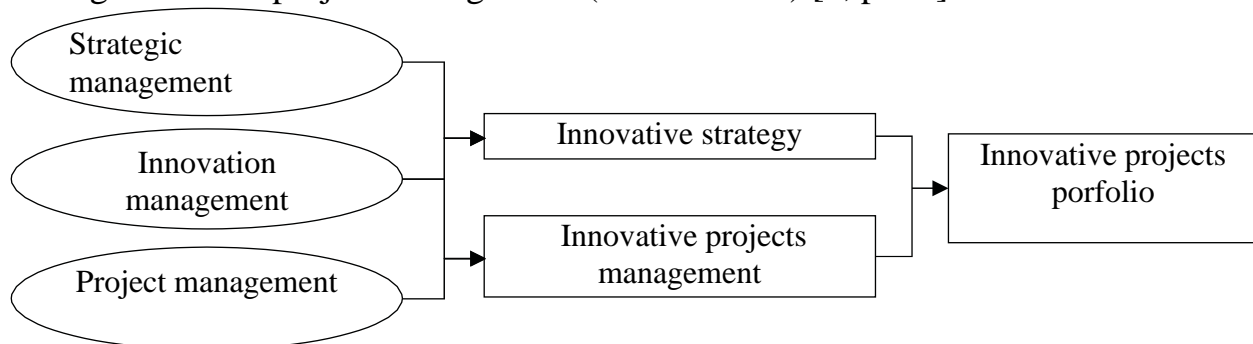
Under the of the rapid development of globalization processes and European integration intentions of Ukraine, innovative activity has a pivotal role as a potential opportunity to ensure stable competitive advantages on the market and increase the overall level of the country's competitiveness. Planning innovation as one of the main functions of management, allows the company to predict and evaluate possible outcomes from the activation of innovation processes, to forecast and avoid the activities risks, to identify the factors of the external and internal environment, which may affect the implementation of innovation projects.

Taking into consideration the external environment, which poses modern conditions to new enterprises, caused by riskiness, uncertainty, volatility, instability, there is a need to revise the role of planning innovation activities to increase its efficiency. An effective solution to this problem may be the introduction of mechanisms for adaptive planning of innovation activities at enterprises. The adaptive planning of innovation activity Yurii Andriychuk defines as «... the process of building the subsystems set of strategic, tactical and operational planning based on the goals and objectives of innovation activity in a certain perspective that ensures an adequate response of all the structures of the enterprise to change the factors of the external and internal environment for the maintenance or achievement of the optimal (desirable) state» [1].

Adaptive planning is significantly different from other types of planning, especially the information used. For traditional types of planning (strategic, tactical, operational) information is collected in the initial stages and becomes the basis for making managerial decisions. The information gathered during the planning process is considered complete, reliable and relevant until the completion of the management decisions that were taken during the planning process. During adaptive planning, information is collected not once, but periodically, systematically and regularly. Based on the information collected, plans are adjusted, which helps them to adapt to the variability of the external and internal environment. However, such approaches to planning become the cause of certain shortcomings that are associated with

significant labor and material resources, besides, the preparation of adaptive plans requires significant skills for the employees who make them. These skills are primarily related to the ability to lay down permissible limits for future fluctuations of planned indicators, as well as to determine the necessary and sufficient period of updating information to avoid excess labor costs and omitting the moment of change in these indicators.

In our opinion, each level of planning at an enterprise should be directed towards innovative development. At the same time, the implementation of the innovation strategy at the enterprise is to organize the management of innovation transformations, which in its content combines the methods of strategic, innovative management and project management (Illustration 1) [2, p. 81].



**Illustration 1. Connection between innovation strategy and project management**

In this case, each innovation objective will be backed up by the managerial component of the relevant innovation project. Nowadays, considering the pace given to scientific and technological progress, it can be argued that the stability of the economic situation of most enterprises is largely determined by the pace and scale of innovation, which allows timely and rapid response to constantly changing environmental conditions through the use of various innovations, thus ensuring more complete and high-quality satisfaction of consumers' needs. Therefore, we believe that all levels of planning at the enterprise should be directed towards the innovative development.

**References:**

1. Andriychuk Yu. A. *Adaptive planning of innovative activity of enterprises: essence, features, principles [Electronic resource]* / Yu.A. Andriychuk – Access mode: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vchnu\\_ekon/2011\\_5\\_1/147-150.pdf](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vchnu_ekon/2011_5_1/147-150.pdf)
2. Rogozha M. Ya. *Strategic Innovative Development of Enterprises: Models and Mechanisms: Monograph* / M. E. Rogoz, K. Yu. Vergal. – Poltava: RVV PUET, 2011. – 136 p.

**ТАНСЬКА А.О.,**  
магістрантка 1 курсу,  
факультет економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет (м. Херсон)  
*Науковий керівник: к.е.н., доцент К.М.Синякова*

## **СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В умовах конкурентної боротьби між організаціями за лідерство на ринку, все більше число керівників розуміють важливість грамотного управління персоналом, що безпосередньо позначається на фінансово-економічних результатах роботи підприємств. З кожним роком з'являється багато різних технологій управління людськими ресурсами, але незмінним залишається той факт, що персонал є особливим ресурсом, кожний працівник підприємства – це, перш за все, людина зі своїми особистими соціальними, психологічними і фізіологічними особливостями. Саме ці індивідуальні особливості людини, відображають вплив соціально-психологічних методів управління на ефективність роботи всіх підрозділів організації.

Соціологічні дослідження свідчать про те, що якщо успіх діяльності керівника на 15% залежить від його професійних знань, та на 85% – від уміння працювати з людьми [1]. Це пояснює той факт, що результати праці багато в чому залежать від цілого ряду соціальних та психологічних чинників. Уміння враховувати ці чинники і з їхньою допомогою цілеспрямовано впливати на окремих працівників допомагає керівнику сформулювати колектив з єдиними цілями і завданнями і стає можливим шляхом використання соціально-психологічних методів в управлінні персоналом.

Соціально-психологічні методи – це способи здійснення управлінського впливу на персонал, що базуються на використанні закономірностей соціології та психології [2]. Об'єктом впливу цих методів є групи людей і окремі особи. Вони засновані на використанні моральних стимулів до праці, впливають на особистість за допомогою психологічних прийомів з метою перетворення адміністративного завдання в усвідомлений борг, внутрішню потребу людини. Це досягається за допомогою прийомів, які носять особистісний характер (особистий приклад, авторитет і т.д.). Специфіка цих методів полягає в значній частці використання неформальних факторів, інтересів особистості, групи, колективу в процесі управління персоналом.

Недостатня увага до соціальних і психологічних аспектів управління викликає нездорові стосунки в колективі, що знижує продуктивність праці. Як показує практика, формування здорового морально-психологічного клімату, виховання почуття товариської взаємодопомоги та колективізму більш активно йде у колективах ринкового типу [3]. Тому головною метою застосування соціально-психологічних методів практиці управління є формування у

колективі позитивного соціально-психологічного клімату, завдяки чому значною мірою будуть вирішуватися виховні, організаційні та економічні завдання. Іншими словами, поставлені перед колективом цілі можуть бути досягнуті за допомогою одного з найважливіших критеріїв ефективності та якості роботи – людського чинника. Уміння враховувати цю обставину дозволить керівникові цілеспрямовано впливати на колектив, створювати сприятливі умови для праці і, в кінцевому рахунку, формувати колектив з єдиними цілями і завданнями.

Прийоми і способи соціально-психологічного впливу багато в чому визначаються підготовленістю керівника, його компетентністю, організаторськими здібностями і знаннями в галузі менеджменту. Основним прийомом в рамках соціально-психологічного методу управління персоналом є переконання. Переконуючи, керівник повинен максимально повно враховувати природу людської поведінки і людських відносин у процесі спільної діяльності. Розуміння керівником біологічної природи і внутрішнього світу особистості допомагає йому підібрати найбільш ефективні форми згуртування та активізації колективу.

Отже, соціально-психологічні методи керівництва вимагають компетентності керівника у використанні різноманітних соціальних та психологічних прийомів та засобів управлінського впливу. Успіх діяльності керівника в цьому напрямку проявляється в покращенні соціально-психологічного клімату, формуванні та злагодженій роботі команди професіоналів, зростанні соціальних та фінансово-економічних показників діяльності підприємства.

#### *Література:*

1. Занюк, С. С. *Психологія мотивації : навч. посібн.* / С. С. Занюк. – К. : Либідь, 2015. – 304 с.
2. Аллін О.М. *Кадри для ефективного бізнесу. Підбір та мотивація персоналу.* / О.М. Аллін. – М.: Генезис., 2005. – 123 с.
3. Балановська Т. І. *Соціально-психологічні аспекти забезпечення розвитку людських ресурсів* / Т. І. Балановська, О. П. Гоголя / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [<http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/v2i3/222.pdf>].

## **ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 4 ПУБЛІЧНЕ АДМІНІСТРУВАННЯ**

---

***ВІСІХОВСЬКА А.В.***

магістрант 2 курсу

факультет економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Снякова К.М.*

### **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ В ОРГАНАХ ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ**

Процеси реформування й модернізації в Україні державної служби обумовлюють необхідність удосконалення управління персоналом у сфері державної служби, впровадження нових форм, методів і технологій роботи з кадрами. У цьому контексті важливе значення має розвиток мотиваційного механізму ефективної праці співробітників в органах державної влади.

В умовах реформування управлінської системи в Україні, проблема мотивації як чинника підвищення ефективності діяльності органів державної влади набуває вагомого значення. Мотивація має на меті активізувати працівників в органах державної влади, стимулювати їх більш ефективно працювати над виконанням поставлених завдань. Вивчення теоретичних і прикладних основ мотивації має важливе наукове значення, але сучасна управлінська система в Україні повністю не використовує той потенціал, який може дати мотивація для розвитку управлінської системи. Саме тому потрібно приділяти більше уваги шляхам удосконаленню системи мотивації в органах державної влади.

Основою діяльності та поведінки кожного державного службовця є певні мотиви: внутрішні цінності, інтереси, прагнення, що дає можливість пояснити їх поведінку і можливості впливу на нього. Співробітників органів державної влади можна примусити до виконання закріплених за ним функцій і обов'язків, посадових інструкцій, певної ділянки роботи, однак примусове виконання покладених обов'язків, рішень керівників має певні межі і не дає бажаних результатів. І навпаки, використання мотиваційного механізму ефективної праці кожного державного службовця, мотиваційних регуляторів, урахування психологічних особливостей людини дає можливість повною мірою використати і розвинути його здібності щодо досягнення високих, ефективних результатів праці. У сучасній теорії управління мотивація трактується як процес пробудження людей для досягнення цілей організації. Якщо розглядати мотивацію як процес, як послідовні дії, то вона складається із створення регулюючих умов, що знімають невизначеність у трудових відносинах для керівників і працівників, і виконання відповідно до цих умов простих процедур контролю і обліку результатів праці в процесі управління. Мотивація має

подвійний характер: з одного боку вона є проявом зовнішнього впливу по відношенню до індивіда, а з іншого – використовуються внутрішні «поштовхи». Крім того, мотивація виступає як одна із функцій управління і як пробуджуюча сила [1].

Слід зазначити, що діяльність людини частіше за все стимулюється сукупністю різноманітних потреб, і ієрархічна структура не має абсолютно послідовного характеру. Найбільш наочно це можна побачити на прикладі роботи з персоналом державної служби в Японії, Франції і Німеччині. Швидкі темпи економічного зростання дозволили підвищити матеріальне благополуччя і в основному забезпечити фізіологічні потреби державних службовців. Введений у цих країнах у сфері державної служби принцип пожиттєвого найму задовольняє потреби співробітників органів державної влади в безпеці і стабільності. Існуюча система оцінки персоналу, система кар'єрного просування в залежності від результатів діяльності, заслуг задовольняє потреби кадрів у повазі і самореалізації. У практичній діяльності органів державної влади при реалізації теорії очікування важливо з метою підвищення ефективності мотивації до початку роботи пояснити кожному працівнику жорстку залежність між досягнутими ним результатами і винагородою або подальшим кар'єрним ростом, сформулювати в нього високий рівень очікуваних результатів діяльності. Для ефективною мотивації потрібно встановити тверде співвідношення між досягнутими результатами і винагородою. У цьому зв'язку необхідно давати винагороду лише за ефективну, результативну роботу. В даний час система мотивації персоналу у сфері державної служби має бути зорієнтованою на розвиток творчого потенціалу й здібностей державних службовців, їх ініціативи, партнерське відношення в колективі, узгодженість інтересів особистих з інтересами організації.

У теорії і практиці управління персоналом державної служби останнім часом все більше посилюється роль і значення потреб, інтересів, мотивів і стимулів. Це пов'язано з тим, що в умовах побудови розвинутого демократичного суспільства, ринкової економіки на зміну адміністративно-командним методам керівництва і управління персоналом все більш активно приходять нові форми роботи з кадрами, засновані, перш за все, на їх зацікавленості в результативності і ефективності своєї діяльності, підвищенні професіоналізму.

Сьогодні в багатьох органах державної влади зберігається примітивна система мотивації праці – система заохочень і покарань. Результатом цього, як показує аналіз розподілу державних службовців за стажем роботи на державній службі у 2016 році (статистичні дані держслужби) лише 38,7 % державних службовців працюють понад 10 років, 27,7 % державних службовців працюють понад 15 років [2]. Це є свідченням неналежної мотивації спеціалістів, особливо молоді, до роботи в органах державної влади. Низький рівень заробітної плати та невідповідність реалій здібностям і потенційним можливостям людини, перш за все молоді, призводить до відтоку кращих кадрів з державної служби.



Для підвищення мотивації державних службовців також доцільно: пов'язати результати діяльності органу влади із системою оцінки кадрів та подальшою винагородою конкретного працівника; розробити окремі гнучкі мотиваційні програми для державних службовців, які містили б можливі матеріальні стимули; мали чіткі положення стосовно роботи, що виконується державним службовцем і колективом та критерії її оцінки; ділові оцінки, показники діяльності працівника; можливості зміни змісту самої роботи; у посадових інструкціях працівника закладати елементи мотиваційних програм; заохочувати високопрофесійних досвідчених державних службовців до «наставництва» кадрів та керівництва стажуванням молодих державних службовців і осіб, зарахованих до кадрового резерву; удосконалити систему оплати праці, житлового, пенсійного, інших видів соціального забезпечення та захисту інтересів державних службовців з метою залучення до державної служби найбільш кваліфікованих спеціалістів, посилення мотивації їх роботи, підвищення привабливості державної служби та забезпечення її конкурентоспроможності на ринку праці, запобігання проявам корупції.

Таким чином, мотивація співробітників органів державної влади стає сьогодні не лише актуальним, але й реальним завданням, що дозволить забезпечити ефективне управління персоналом у сфері державної служби України.

#### *Література:*

1. Артеменко Н.Ф. *Управління професіоналізацією кадрів державної служби України : форми, методи, технології: монографія* / Н.Ф. Артеменко, Н.Т. Гончарук. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2012. – 184 с.

2. Гончарук Н.Т. *Управління керівним персоналом у сфері державної служби України: теорія та практика: монографія* / Н.Т. Гончарук. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2012. – 343 с.

**Грищенко В.Ю.,**

магістрант 2 курсу,

факультет економіки і менеджменту

Херсонський державний університет

*Науковий керівник: к.е.н., доцент К.М.Синякова*

## **ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**

Податки є об'єктивно необхідним елементом фінансового господарства будь-якої сучасної держави. За рахунок податків формується переважна більшість доходів бюджетів різних рівнів, що дозволяє акумулювати централізовані фінансові ресурси задля фінансування створення суспільних благ належної якості та кількості. Відповідно до ст.6 Податкового кодексу України (ПКУ), податок – це обов'язковий безумовний платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників податку [1]. В умовах нестабільної економічної ситуації та низької податкової дисципліни українців велику роль

відіграє створення системи адміністрування податків, яка б задовольняла потреби економічного розвитку держави та стимулювала людей до своєчасної сплати податків в повному обсязі [2].

Відповідно до ст. 14.1.11 ПКУ адміністрування податків, зборів та інших платежів визначається як «сукупність рішень та процедур контролюючих органів і дій їх посадових осіб, що визначають інституційну структуру податкових та митних відносин, організують ідентифікацію, облік платників податків і платників єдиного внеску та об'єктів оподаткування, забезпечують сервісне обслуговування платників податків, організацію та контроль за сплатою податків, зборів, платежів відповідно до порядку, встановленого законом» [1]. В науковій літературі податкове адміністрування визначається як регламентована законами та іншими правовими актами організаційна та управлінська діяльність уповноважених державних органів та інших уповноважених законами суб'єктів щодо забезпечення виникнення, зміни і припинення податкового обов'язку і забезпечення надходження податків до бюджетної системи [2, 3].

Механізм податкового адміністрування включає процеси податкового прогнозування, податкового контролю, облік платників податків, консультаційну діяльність і т.д. Головна ціль механізму податкового адміністрування полягає в забезпеченні держбюджету своєчасними податковими надходженнями. Одним із факторів, що впливає на адміністрування податків є конфлікт інтересів фіскальних органів та платників податків [4]. Звідси, головною проблемою адміністрування податків в Україні, з нашої точки зору, є низький рівень довіри платників податків до органів державної влади. До можливих причин існування такої проблеми можна віднести відсутність діючого механізму захисту прав платника податків, відсутність чітких меж відповідальності за порушення податкового законодавства, як для платника податків, так і для працівників фіскальних органів, низький рівень податкової культури, перевищення посадових повноважень працівниками фіскальної служби, високий рівень корумпованості, непрозорість податкової системи та інші.

Для підвищення ефективності адміністрування податків, з нашої точки зору, необхідно здійснити комплекс заходів:

- боротися з корупцією шляхом чітко встановлених законом жорстких покарань у вигляді позбавлення волі, конфіскації майна тощо;
- продовжувати реформувати податкову систему з метою розробки чіткої системи покарань для лиць, які порушують діюче законодавство;
- вести роз'яснювальні роботи з платниками податків;
- переглянути умови надання та розміри податкових соціальних пільг в результаті підвищення розміру прожиткового мінімуму за рахунок адекватного визначення вартості споживчого кошика для задоволення основних потреб людини;
- спростити податковий облік та звітність;
- підвищити рівень податкової культури тощо.

Підсумовуючи, слід зазначити, що в Україні залишилося ще багато спірних і невирішених питань стосовно адміністрування податків. Тому вважаємо з необхідне взяти до уваги досвід інших країн та враховувати переваги та досягнення інших держав при формуванні механізму адміністрування податків.

#### **Література:**

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI // [Електрон. ресурс]. Спосіб доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
2. Масленников Є.І. Трансформаційні процеси в системі податкового адміністрування /Є.І. Масленников, К.Ю. Нетребська // Економіка. Фінанси. Право. – 2016. – № 10/2. – С. 10-14.
3. Иванов А.Г. Понятие администрирования налогов / А. Г. Иванов // Финансовое право. – 2005. – № 9. – С. 24-30.
4. Ананська М.О. Економічні вигоди суб'єктів господарювання від використання податкового компромісу [Електронний ресурс] / М.О. Ананська // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 4 (20). – С. 251-255. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n4.html>.

**ЗВОНАРЬОВА О.,**

студентка факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.е.н., доцент Макаренко С.М.

## **ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЬОВИХ ПРОГРАМ**

Стратегічні цілі та тактичні завдання, очікувані соціально-економічні результати центральних та місцевих органів виконавчої влади постають орієнтиром при розподіленні бюджетних коштів, у тому числі при формуванні цільових програм. Основною метою розроблення державних цільових програм є сприяння реалізації державної політики на пріоритетних напрямках розвитку держави, окремих галузей економіки та адміністративно-територіальних одиниць; забезпечення концентрації фінансових, матеріально-технічних, інших ресурсів, виробничого та науково-технічного потенціалу, а також координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади, підприємств, установ та організацій всіх форм власності для розв'язання найважливіших проблем економічного, соціального та культурного розвитку [1].

Першорядного значення набуває визначення кінцевих результатів витрачання бюджетних коштів та показників, на підставі яких можна робити висновки про досягнення поставлених цілей.

До основних загальнотеоретичних методів оцінки ефективності програм відносять: метод аналізу витрат і вигод; метод аналізу витрат і корисності; метод аналізу витрат і результативності, а також численні його модифікації.

Незважаючи на різноманіття методів оцінки, кожен з них має низку істотних обмежень у практичному застосуванні: складність оцінки соціального ефекту в грошовому вираженні, відсутність обліку граничних витрат на

створення соціального ефекту тощо [1]. Результативні показники ефективності та якості повинні характеризувати кінцеві результати виконання бюджетної програми в залежності від напрямів її діяльності, вказувати на її необхідність і відповідність визначеній меті та ефективність використання бюджетних коштів. Водночас, проведений Міністерством економічного розвитку і торгівлі України аналіз вказаних показників щодо їх впливу на соціально-економічний розвиток країни [2] свідчить, що серед 243 результативних показників ефективності і 214 результативних показників якості, які характеризують понад 100 державних бюджетних програм з керівництва і управління у різних сферах діяльності, лише відповідно 7 і 20 показників конкретно спрямовані на кінцевий соціально-економічний результат. Зазначене свідчить про відсутність можливості об'єктивно оцінити стан виконання цільових програм в цілому та на різних стадіях їх реалізації, що також не дозволяє підвищити ефективність управління державними фінансовими ресурсами.

Також серед основних системних недоліків виконання державних цільових програм у 2017 році можна відзначити наступні [2]: відсутня розроблена державним замовником з урахуванням специфіки діяльності методика оцінки ефективності виконання державних цільових програм; з боку державних замовників має місце формальний підхід до виконання вимог чинного законодавства у сфері розроблення та виконання державних цільових програм; незадовільне звітування державних замовників: недотримання строків подання, інформація подається не в повному обсязі та не за всіма виконавцями; відсутня можливість для здійснення контролю з боку громадськості.

Враховуючи зазначене, як приклад, при вирішенні соціальної проблеми щодо обмежених можливостей зайнятості та працевлаштування молоді серед основних заходів стосовно поліпшення ситуації у вказаній сфері, мінімізації впливу фінансово-економічної кризи на стан ринку праці пропонується першочергово здійснити наступне:

- спільно з представниками громадськості, молодіжних організацій, громадських рад розробити та впровадити гнучку систему планування обсягів підготовки кваліфікованих кадрів у розрізі професій та спеціальностей. Активізувати участь роботодавців у визначенні потреби у фахівцях та кваліфікованих робітниках, насамперед, за державним замовленням;

- спільно з представниками громадськості, молодіжних організацій, громадських рад здійснити аналіз відповідності ринку освітніх послуг потребам ринку праці з метою вивчення рівня реагування системи вищої і професійно-технічної освіти на потреби роботодавців;

- удосконалити механізм формування держзамовлення на підготовку фахівців та кваліфікованих робітників. Визначити реальні потреби державного та приватного секторів економіки області у фахівцях з вищою освітою та кваліфікованих робітниках;

- з метою підвищення мотивації безробітної молоді до зайнятості організувати та проводити інформаційні заходи, тренінги у соціально-психологічних тренінгових центрах по всіх базових центрах зайнятості;

- посилити державний нагляд за додержанням прав і гарантій молодих фахівців при скороченні штату та в умовах неповної зайнятості.

Впровадження вказаних заходів дозволить не лише налагодити взаємодію та запровадити постійний контроль з боку громадськості, а й сприятиме мінімізації витрат з бюджетів всіх рівнів та підвищенню ефективності реалізації державних цільових програм.

#### **Література:**

1. Бабаєв В. Ю. Розробка цільових програм як інструмент державного регулювання соціально-економічного розвитку регіону / В. Ю. Бабаєв, А. І. Фартушина // *Еволюція української державності: соціально-економічні, політичні, культурні аспекти: матеріали всеукр. конф.* – Х. ХІФ УДУФМТ, 2009. – С. 155-159.

2. Стан виконання державних цільових програм у 2017 році / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс] / Режим доступу: URL: <http://www.me.gov.ua>

**МАРЧАК Ю.О.,**

аспірант, Харківський регіональний інститут

Національна академія державного управління при Президенті України

Науковий керівник: Крутій Олена Миколаївна

## **ТЕХНОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ МОБІЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ**

В умовах реформ та руху країни до Європейського союзу необхідно, щоб керівники організацій виявили далекоглядність і визнали високу значимість соціально-психологічного чинника в роботі організацій. У свою чергу важливо, щоб педагоги, філософи, соціологи, психологи, управлінці теж навчилися надавати дієву практичну допомогу і будувати ефективні ділові взаємини.

В даний час в практичній психології розроблені форми і методи роботи, випробувані цільові програми соціально-психологічної підтримки для всіх груп службовців. Застосування розробок вітчизняної практичної психології в організаціях, адаптація західних програм, а також створення нових спеціалізованих циклів лекцій, семінарів, ділових і ігрових тренінгів для фахівців сприятимуть ефективності роботи організації.

Соціально-психологічні аспекти – це не тільки стосунки в певній організації, але й ефективний інструмент її стратегічного розвитку. Вони суттєво впливають на різні сторони діяльності працівників, на владні відносини контролю, на ставлення до трудової діяльності, міжособистісні стосунки всередині колективу, між колективні відносини та відносини із зовнішнім оточенням. Ступінь їх впливу залежить від рівня їх сформованості.

Серед вітчизняних та російські науковців, дослідників та експертів можна назвати таких, як Н. Коваліско, О. Бойко, О.М. Крутій, О.В. Радченко, С. Агабаян, М. Абрамова, А. Рубцов, А. Акіндінова, О. Давиденко, Л. Ільчук,

І. Попова, О. Чупров та інші, які різнобічно осмислюють цю проблему. Аналіз їх робіт свідчить, що формування нової, сучасної соціальної культури публічних службовців, висококваліфіковане кадрове забезпечення, надання можливості підйому в «соціальному ліфті» та аспекти ментального впливу суб'єкта на об'єкти, стає одним із головних напрямів удосконалення всієї системи державного управління.

Соціальна стратифікація – диференціація суспільства на соціальні класи та верстви населення. Стратифікація – це розташування індивідів і груп згори вниз горизонтальними шарами (стратами) за ознакою нерівності в прибутках, власності, рівні освіти, обсягу влади, професійному престижі, стилі життя. Термін відображає відмінності між формами соціального ранжування і нерівності, котрі характеризують різні суспільства або що існують в рамках одного із них. Дослідження даної структури суспільства – соціальна стратифікація – є однією з теоретичних галузей сучасної соціології [1].

Отже, кожна особистість займає певне місце в соціальній структурі. Чи є можливість зміни цього місця і як воно відбувається? Відповідь на це запитання дає теорія соціальної мобільності та соціальних ліфтів. Дані поняття опрацював зокрема П. Сорокін, який виділив вісім соціальних ліфтів: армія, церква, школа (освіта), політика, мистецтво, засоби масової інформації, бізнес, сім'я [4].

Соціальна можливість є можливістю для кожного грошей та зв'язків, без протекції «вдихнути життя» в свою ідею та розкрити свій професійний талант. Зі сторони особи, яка реалізує свій потенціал – це висока можливість отримати гідну роботу сучасного зразка, обмін досвідом з однодумцями, опрацювання матеріалів міжнародних зразків та досягнення бажаного результату.

З боку користі для країни, як приклад, тут є шанс зачепити проблеми вирішення питання виховання та формування патріотизму, національної самовідданості, політичної культури, ціннісного ставлення до суспільства й держави у дітей та дорослих.

Соціальний ліфт, як соціально-психологічний чинник розвитку публічного управління, в умовах, коли існує високий рівень багатокomпонентних напрямів гібридних загроз на рівні національної ідентичності, самосвідомості, сприяє розробки нових цілісних підходів до протистояння та перемоги в цих цивілізаційних змаганнях.

Актуальність «соціального ліфту» як технології соціальної мобільності в публічному управлінні є надзвичайно важливою в умовах неоголошеної війни проти нашої держави. Теорія соціальної мобільності та соціальних ліфтів надає механізми вирішення проблеми виховання та формування патріотизму, національної самовідданості, політичної культури, ціннісного ставлення до суспільства й держави.

#### **Література:**

1. Бойко О. Стратифікація політична // Політична енциклопедія. Редкол.: Ю. Левенець (голова), Ю. Шаповал (заст. голови) та ін.. – К.: Парламентське видавництво, 2011. – С. 692

2. Коваліско Н., Соціальний ліфт як чинник структурування українського суспільства // Український соціологічний журнал. – 2014. – №1-2. – С. 67

3. Крутій О.М., Радченко О.В. Публічний діалог в системі культури демократичного суспільства [Текст] : Монографія / О.М. Крутій, О.В. Радченко. – Х. : Вид-во АДНДУ, 2015. – 396 с.

4. В.Г.Городяненка Соціологія: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. – Видавничий центр «Академія», 2006. – 2006.

**МЕДЖИБОВСЬКА Н.,**

д.е.н., професор

Одеського національного економічного університету

## **МІКРОБІЗНЕС В ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ: ДОСВІД PROZORRO**

У світовій практиці підприємства малого і середнього бізнесу (МСБ) розглядаються як основа економіки, оскільки вони мають величезний потенціал для створення робочих місць, розвитку економіки і інновацій.

Історично ринок державних закупівель в Україні був відкритий переважно для великих підприємств, які мали відповідні фінансові і організаційні можливості для реалізації потреб державних організацій. Розвиток демократизації та відкритих ринкових відносин, з одного боку, і масштабне поширення сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, з іншого, розкрили можливості для участі МСБ в державних закупівлях.

Впровадження в Україні системи публічних закупівель ProZorro стало важливим етапом проведення прогресивних реформ в нашій країні, поряд з приєднанням до Світової організації торгівлі та Угодою про державні закупівлі. Дана система не тільки відкрила сферу публічних закупівель для МСБ, а й принципово підвищила прозорість і контрольованість здійснення операцій, тим самим звела до мінімуму можливість корупційних схем і застосування дискримінаційних умов для неугодних постачальників.

Дане дослідження присвячене аналізу результатів роботи ProZorro за 2017 рік з точки зору участі підприємств мікробізнесу (а саме – фізичних осіб підприємців, ФОП) у якості постачальників. Результати роботи ProZorro за 2017 рік показують, що малі (допорогові) закупівлі складають 83% від усієї кількості процедур, що було здійснено в системі, однак в розрізі сум угод і отриманої економії вони складають лише 19% і 24% відповідно (таблиця 1).

Ми припустили, що ФОПи найбільш активні саме в допорогових закупівлях. Дане припущення ми ґрунтували на тому, що ФОПи не мають достатнього досвіду і персоналу, щоб грамотно готувати масштабну тендерну документацію і професійно брати участь у великих конкурентних торгах. Більш того, для невеликих закупівель може бути застосована процедура звітування про укладений договір (неконкурентна процедура), яка простіше і доступніше для ФОПів.

Таблиця 1

**Статистика функціонування ProZorro в залежності від типів процедур,  
2017 рік\***

Типи процедур	Кількість процедур		Очікувана вартість		Економія	
	тис. од.	%	тис. грн.	%	тис. грн.	%
Надпорогова закупка	276 537	17	627 389 874	81	20 902 188	76
Допорогова закупка	276 537	27	71 613 159	9	6 723 600	24
Звіт про укладений договір	576 083	56	78 837 386	10	0	0

\*Складено за [1]

Активність ФОПів в роботі ProZorro, виражену в процентному відношенні до діяльності всіх учасників системи, представлено в таблиці 2.

Таблиця 2

**Показники активності ФОПів в роботі ProZorro в залежності від типів  
процедур, 2017 рік\***

Процедура закупівлі	Доля ФОПів в діяльності всіх учасників ProZorro за показниками, %			
	кількості тендерів	кількості лотів	очікуваної вартості	економії
Допорогові закупівлі	43,58	43,30	9,80	12,65
Процедура звітування про укладений договір	25,75	25,75	9,76	n/a
Відкриті торги	25,86	26,72	9,65	15,34
Відкриті торги з публікацією англійською мовою	4,93	9,56	0,90	1,35
Переговорна процедура	6,14	6,11	1,02	n/a
Переговорна процедура за нагальною потребою	0,59	0,48	0,12	n/a
Переговорна процедура (для потреб оборони)	20,51	17,08	6,89	14,29

\*Складено за [2])

З таблиці видно, що ФОПи дійсно найбільш активні в допорогових закупівлях (43,58% від усіх «дрібних» конкурентних процедур здійснено ФОПами, що складає 9,80% від загальної очікуваної вартості всіх закупівель в системі). ФОПи також досить активні в неконкурентних «дрібних» закупівлях (25,75% і 9,76% відповідно).

Цікаво, що ФОПи активно беруть участь і в великих конкурентних торгах (25,86% всіх відкритих торгів та 20,51% переговорних процедур для потреб оборони). Більш того, участь ФОПів в конкурентних закупівлях можна порівняти з їх активністю в допорогових закупівлях, що здійснено за рамками ProZorro (процедура звітування про укладений договір).



Таким чином, в ході дослідження виявлено, що ФОПи активні не тільки в дрібних закупівлях, як передбачалося на початку дослідження, але є повноцінними учасниками конкурентних торгів. Іншими словами, припущення висловленої гіпотези не підтвердилося.

**Література:**

1. Публічний модуль аналітики [Електронний ресурс] // Система публічних закупівель ProZorro. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://bi.prozorro.org>.
2. Професійний модуль аналітики [Електронний ресурс] // Система публічних закупівель ProZorro. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <http://bipro.prozorro.org/>

**ПАНАСЕНКО О.М.,**

студент 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: проф. Шашкова Н.І

## **УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНИХ ЦІЛЮВИХ ПРОГРАМ**

В Законі України про державні цільові програми» [1] зазначається, що «державна цільова програма – це комплекс взаємопов'язаних завдань і заходів, які спрямовані на розв'язання найважливіших проблем розвитку держави, окремих галузей економіки або адміністративно-територіальних одиниць, здійснюються з використанням коштів Державного бюджету України та узгоджені за строками виконання, складом виконавців, ресурсним забезпеченням».

Метою розроблення державних цільових програм є сприяння реалізації державної політики на пріоритетних напрямках розвитку держави, окремих галузей економіки та адміністративно-територіальних одиниць; забезпечення концентрації фінансових, матеріально-технічних, інших ресурсів, виробничого та науково-технічного потенціалу, а також координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади, підприємств, установ та організацій для розв'язання найважливіших проблем.

Станом на 2017 рік органами державної влади та органами місцевого самоврядування України розроблено 24 цільові програми, але результативність їх реалізації досить низька. Це спричинено численними факторами, зокрема їх чисельне недофінансування. Недосконалість системи фінансування державних цільових програм не дає можливості залучити до упровадження низки достатньо амбітних проектів, яких вимагає вкрай складний соціально-економічний стан країни, програм, котрі здатні забезпечити всебічний розвиток суспільства.

Для отримання фінансової спроможності держави щодо реалізації державних цільових програм, що спрямовані на забезпечення розширеного відтворення національної економіки, необхідним є суттєве підвищення рівня

монетизації, розширення кредиту і потужності банківської системи. Необхідні екстрені заходи відносно її стабілізації, що вимагає збільшення пропозиції ліквідності та активізації ролі НБУ як кредитора останньої інстанції. На відміну від економік країн – емітентів резервних валют, основні проблеми в українській економіці викликані хронічною недомонетизацією економіки, яка тривалий час працює в режимі самоліквідації.

Механізм реалізації державних цільових програм на сьогоднішній день працює недостатньо прозоро та публічно, оскільки інформація щодо досягнення планових показників та обсягів державного фінансування розкривається по міністерствам частково, а за програмами, які мають декількох виконавців, дослідити результати досить важко.

У Законі України «Про державні цільові програми» статтями 19, 20 та 21 визначено основні повноваження центральних органів виконавчої влади у напрямку розроблення та виконання державних цільових програм у різних сферах державної політики, тобто за ними закріплюється проведення аналізу стану виконання державних програм і підготовка висновку про кінцеві результати їх виконання [2]. Але повну інформацію за кожний рік реалізації програми отримати від цих органів досить складно, за більшістю програмами вона доступна лише для службового використання. Тому доцільно розширити надання повної інформації про стан фінансування та рівень виконання програм, які зазначені статтею 5 Закону України «Про державні цільові програми» для забезпечення їх відкритості й доступності для громадськості [2].

Велика кількість державних цільових програм щодо розвитку регіонів та галузей економіки, які сформовані без доцільного узгодження із пріоритетними напрямками державної політики України, недосконалість вітчизняного законодавства, розпорошення повноважень міністерств свідчать про те, що вони ще не стали дієвим та ефективним інструментом реалізації державної політики відтворення національного багатства країни та не спричиняють синергетичного ефекту вирішення проблем держави на шляху до досягнення сталого розвитку. Тому потрібно покращити стан планово-прогнозної роботи, оптимізувати бюджетні видатки згідно зі стратегічними пріоритетами розвитку держави, визначити та розробити пріоритетні державні цільові програми, в тому числі щодо системи національного багатства, посилити контроль за їх реалізацією. Такі дії уряду дозволять інтегрувати бюджет у екологічну та соціально-економічну стратегію держави, сприятимуть вдосконаленню її управлінської діяльності через синтез національних ідей та кращих досягнень країн світу у царині програмування, сприятимуть збільшенню національного багатства, в тому числі шляхом його збереження, та спонукатимуть до довгострокового сталого розвитку. Подальшого дослідження потребують напрями залучення додаткових позабюджетних коштів з різних джерел як резерву реалізації державних цільових програм сталого розвитку країни.

#### *Література:*

1. Закон України «Про державні цільові програми» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1621-15>.

2. Закон України «Про державні цільові програми» від: 18.03.2004 №1621 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1621-iv>.

**ПРОКОПЧУК О.,**  
студентка факультету економіки і менеджменту,

**БЕРКУТА Н.,**  
студентка Центру післядипломної освіти,  
Науковий керівник: к.е.н. Макаренко С.М.  
Херсонський державний університет

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ**

Сучасні умови функціонування органів державної влади та місцевого самоврядування свідчать, що використовувані методи відбору й щорічного оцінювання роботи персоналу не дають можливості побачити реальні результати та ефективність роботи конкретного службовця з урахуванням його внеску в діяльність закладу, установи або організації.

Відповідно до Закону України “Про державну службу” [1] основними механізмами оцінювання державних службовців є оцінювання під час конкурсного відбору, проведення щорічної оцінки виконання державними службовцями покладених на них обов’язків і завдань, а також планова та позапланова атестація державних службовців.

При проведенні атестації державних службовців на кожного працівника, який підлягає атестації, складається службова характеристика, що підписується його безпосереднім керівником, затверджується керівником вищого рівня і подається до комісії не пізніше ніж за тиждень до проведення атестації. Службова характеристика повинна містити аналіз виконання державним службовцем посадових обов’язків; відомості про обсяг, якість, своєчасність і самостійність виконання роботи, ділові якості (ініціативність, відповідальність), стосунки з колегами, знання та користування державною мовою під час виконання службових обов’язків, інформацію про підготовку, перепідготовку, підвищення кваліфікації тощо [3]. Зазначене свідчить про те, що атестація може мати суб’єктивний характер, адже у нормативних документах відсутні основні критерії, параметри, механізми оцінювання діяльності державного службовця.

Серед основних недоліків національної системи оцінювання державних службовців є також відсутність регламентованих норм у чинному законодавстві щодо оцінювання кадрів державної служби та зв’язок цієї оцінки з проходженням державної служби, а також рівнем заробітної плати; недостатня розробленість і визначеність ключових компетентностей; відсутність методик оцінювання ефективності діяльності як окремого державного службовця, так і закладу, установи; домінування самооцінювання та внутрішнього оцінювання, що, у свою чергу, зумовлює суб’єктивізм та формалізм результатів; відсутність

або слабкість результатів оцінювання; брак прозорості та відкритості; відсутність аналізу результатів оцінювання та моніторингу особистісно-професійного розвитку державних службовців.

Для забезпечення підвищення результативності діяльності керівників органів державної влади необхідно забезпечити впровадження новітніх науково-обґрунтованих парадигмальних підходів проведення оцінювання та забезпечення кар'єрного розвитку. Упровадження передових кадрових технологій із застосуванням дієвого конкурсного відбору на керівні посади, поступовості в проходженні кар'єри, науково-обґрунтованих професійно-кваліфікаційних характеристик керівних посад державної служби та системних вимог до осіб, що претендують на їх зайняття, повинно здійснюватися відокремлено від діяльності політичних партій. Подальше вдосконалення нормативно-правової бази діяльності органів державної влади повинно передбачати призначення на керівну посаду лише за наявності фахової освіти в галузі державного управління.

Проведений аналіз особливостей формування кадрів регіонального рівня державного управління у провідних країнах Європейського Союзу [2], з урахуванням сучасної ролі політичних партій та специфіки вітчизняного законодавства й менталітету громадян України, свідчить про необхідність запровадження розмежування політичних і адміністративних посад, що є необхідним принципом та запорукою створення адміністративної системи, здатної ефективно діяти в умовах політичних змін. Роль державної служби повинна полягати, у першу чергу, у тому, щоб забезпечувати стабільність і водночас гнучкість державного управління, його чутливість до вимог суспільства, в незалежності від того, представником якої політичної партії обрано топ-керівництво державної влади. Надмірна залежність державної служби від політичної ситуації становить ризик для стабільності держави, послаблює інституційну спроможність державного управління, не дозволяє впроваджувати провідні технології оцінювання діяльності державних службовців, що, в свою чергу, негативно впливає на якість наданих послуг.

#### **Література:**

1. Закон України “Про державну службу” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19/print>
2. Публічна служба. Зарубіжний досвід та пропозиції для України / за заг. ред. В. П. Тимошука, А. М. Школика; Центр політико-прав. реформ. – К.: КонусЮ, 2007. – 735 с.
3. Державне управління в Україні: наукові, правові, кадрові та організаційні засади [Текст]: навч. посіб. / за заг. ред. Н. Нижник, В. Олуйка. – Львів : Вид-во нац. ун-ту “Львівська політехніка”, 2012. – 352 с.

## **ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 5 ІННОВАЦІЇ У ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ТА СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ**

---

**БУКАРЄВ О.В.,**

студент 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.п.н., доцент Р.В. Чепок

### **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВИКОНАННЯ УЧНЯМИ ГРАФІЧНИХ ЗАВДАНЬ**

Графічна діяльність учнів на уроках трудового навчання має широкі можливості для їх розумового розвитку. Проаналізовані у процесі досліджень механізми навчально-пізнавальної діяльності на уроках трудового навчання дають підстави стверджувати, що «будь-яка графічна дія спочатку здійснюється подумки, на основі чого в учня створюється певний графічний образ, а потім він втілюється у реальних графічних побудовах» [2].

Непомітна зовні розумова діяльність являє собою тісну взаємодію мислиневих операцій, образного мислення і пам'яті. В результаті цього і «утворюється графічний образ предмета, який фіксує в уяві учня його властивості, що умовно відображені на кресленні, або ще підлягають відображенню шляхом побудови необхідних зображень» [4].

У своєму дослідженні графічну діяльність ми розглядаємо як цілісний багатогранний процес, який являє собою взаємодію розумових та практичних дій, спрямованих на створення уявлень про просторові властивості предметів та їх умовне відображення на площині або відтворення цих просторових властивостей в уяві на основі існуючих умовних зображень.

Розумові дії в графічній діяльності на уроках трудового навчання є передумовою створення образів, які відображають просторові властивості і відношення предметів [4]. Адже «тільки на основі створеного образу з'являється уявлення про предмет або виконується зображення його» [1]. Від правильності та повноти створеного образу безпосередньо залежить сприйняття властивостей зображеного предмета та інформаційна наповненість і виразність виконаного на його основі рисунка.

Аналіз змісту просторового мислення на уроках трудового навчання дає підстави вважати, що за своєю суттю процеси створення образів виступають психологічною основою графічної діяльності, пов'язаної з читанням та виконанням рисунків. В основі створення графічного образу лежить ряд послідовно взаємопов'язаних психологічних процесів: органи відчуття (зір, дотик, слух) ⇒ відчуття ⇒ сприйняття ⇒ уява ⇒ мислиневі операції, образне мислення, пам'ять ⇒ образ ⇒ практичні дії, спрямовані на відображення

образу у вигляді конкретного зображення [2]. Така послідовність утворення графічного образу заперечує позицію багатьох дослідників, що розумовий розвиток учнів на уроках трудового навчання слід зводити лише до розвитку просторових уявлень та уяви.

Чисельні дослідження змісту графічної діяльності школярів у процесі виконання рисунків свідчать про те, що вона супроводжується складними аналітико-синтетичними діями [2]. Тому і розумовий розвиток школярів на уроках трудового навчання повинен відбуватись саме в такій діяльності, яка передбачає необхідність активних розумових дій. З нашої точки зору такою діяльністю є розв'язування графічних завдань відповідного змістового наповнення.

Під графічним завданням ми розуміємо «навчальну проблему, яка передбачає умовне відображення просторових властивостей предмета за допомогою розумових і практичних дій, в основі яких лежать певні знання про правила виконання та оформлення рисунків і уміння застосовувати їх на практиці»[3].

Виходячи з того, що в графічному завданні зосереджується потреба в практичному застосуванні знань і на їх основі формуються відповідні уміння, головним засобом розвитку розумових операцій в учнів на уроках трудового навчання в процесі дослідження було обрано саме графічні завдання. Організаційно-методичною основою забезпечення цього є обґрунтована в дослідженні В.К.Сидоренка система графічних завдань [4]. Критерієм вибору цих задач виступала їх можливість для активного включення школярів в розумову діяльність. Тобто відбираються саме ті завдання, процес розв'язування яких ґрунтується на мислиневих операціях.

Уміння учня розв'язувати будь-яке графічне завдання ґрунтується на знаннях теоретичного матеріалу, правил і нормативних положень з курсу трудового навчання, навичках виконувати графічні побудови та включає активне оперування просторовим образом і певну сукупність мислиневих операцій, необхідних для її розв'язання [2]. На основі всебічного вивчення діяльності учнів у ході розв'язування графічних завдань вченими розроблено узагальнену структуру процесу розв'язування будь-якого графічного завдання. Ця структура визначає місце і зміст мислиневих операцій на кожному етапі розв'язування графічного завдання, починаючи від аналізу його умови і закінчуючи перевіркою одержаного результату. Вона включає чотири етапи, кожний з яких має певний операційний склад умінь:

1. Аналіз умови графічного завдання;
2. Визначення послідовності розв'язування графічного завдання ;
3. Реалізація плану розв'язування графічного ;
4. Контроль і корекція одержаного результату [4].

У розробленій структурі кожний етап розв'язування графічного завдання наповнений певними розумовими діями, що базуються на здійсненні мислиневих операцій.

Отже, у процесі нашого дослідження виявлено особливості графічної діяльності учнів на уроках трудового навчання. Графічну діяльність ми розглядаємо як цілісний багатогранний процес, який являє собою взаємодію розумових та практичних дій, спрямованих на створення уявлень про просторові властивості предметів та їх умовне відображення на площині або відтворення цих просторових властивостей в уяві на основі існуючих умовних зображень. Під графічним завданням ми розуміємо навчальну проблему, яка передбачає умовне відображення просторових властивостей предмета за допомогою розумових і практичних дій, в основі яких лежать певні знання про правила виконання та оформлення рисунків і уміння застосовувати їх на практиці.

Головним засобом розвитку розумових операцій в учнів на уроках трудового навчання в процесі дослідження було обрано саме графічні завдання.

#### *Література:*

1. Вінасевич І. Структурні компоненти технічних здібностей школярів [Текст] / Вінасевич І. // Вінасевич І. Трудова підготовка в закладах освіти. – К., 2007. – № 4. – С. 26-29.
2. Гетта В. Розвиток технічного мислення учнів: стратегія і тактика [Текст] / Гетта В. // Гетта В. Трудова підготовка в закладах освіти. – К., 2005. – № 1. – С. 47-50
3. Спетанова В. Методичний посібник з креслення, графічні роботи [Текст] / Спетанова В. // Спетанова В –Графічні роботи. – К., 2001. – С. 72.
4. Сидоренко В.К. Графічна підготовка школярів: реальний стан та перспективи [Текст] : підручник / В.К. Сидоренко, Н.П. Щетина. – К. : Педагогіка, 1999. – С.29-33.

**ДИМНІЧ Ю.В.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет

Науковий керівник: к.п.н., доцент Шпак Л.М.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УЧНІВ ЗСО НА УРОКАХ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ ТА ТЕХНОЛОГІЙ ЗАСОБАМИ ВИГОТОВЛЕННЯ ШТУЧНИХ КВІТІВ**

Люди завжди намагалися прикрасити своє житло, одяг чимось незвичайним, приємним – тим, що радує око і зігріває душу. Традиція прикрашати свій будинок, одяг квітами йде корінням далеко в минуле. Різні джерела по-різному датують появу штучних квітів в житті людини. В першу чергу, це, звичайно ж, цікаво було жінкам. Одним з найперших згадок про штучні квіти було виявлено вченими ще в 3000 році до нашої ери. Вважається, що перші штучні букети з'явилися в Стародавній Греції і Стародавньому Китаї. Спочатку це були живі і висушені квіти, потім вже – із золота і порцеляни. Досить дорога, але вишукана прикраса, яка була доступна далеко не всім. Більш поширеними стали штучні квіти з пергаменту і пір'я.

З давніх часів існує тяга людини до прекрасного, прагнення прикрасити свій побут квітами. Своїм зачаруванням вони несли і несуть радість,

пробуджують неймовірні почуття, піднімають настрій, скрашують горе, покращують працездатність, супроводжують нас у важливі хвилини життя, будять фантазію.

Хоча техніка канзаши й має японське коріння, але Українські майстрині вже давно досконало опанували його та додали до нього українського колориту. Так, Світлана Царенко створює дивовижні картини української тематики, її картини неодноразово були на всеукраїнських виставках. Ірина Крук (м. Луцьк) самостійно вигадує образи, власноруч моделює прикраси для волосся. Олена Чепіль виготовляє прикраси для одягу в українському стилі. Тернополянка Христина Гели відома на всю Україну майстер канзаші роботи якої розіхалися вже по всьому світі.

Зараз штучні квіти з тканини щільно увійшли в наше життя. Є такі вироби, котрі відразу неможливо відрізнити від справжніх. Вони супроводжують нас всюди: на весіллях, як декор одягу, інтер'єру. Дуже популярні зараз серед любителів хенд-мейду: при виготовленні топіарія, де активно використовуються штучні головки квітів для створення закінченої композиції. Також всілякі брошки, вінки, пояси з штучних квітів (особливо ручної роботи) досить високо цінуються серед прекрасної половини.

Саме, реалізувати свій творчий потенціал, учні можуть на заняттях трудового навчання та технологій у умовах організації проектної діяльності засобами технології виготовлення квітів в техніці канзаши.

Методика організації освітньої діяльності учнів закладів середньої освіти на уроках трудового навчання та технологій може передбачати використання техніки виготовлення штучних квітів канзаши яка, в свою чергу, складається з наступних основних етапів: чисті вправи, безпосереднє застосування вправ та остаточне застосування вправ, що в кінцевому результаті дасть змогу учням виготовити виріб методом проектної технології.

Чисті вправи застосовуються для формування вмінь користуватися інструментами та досягати бажаної точності обробки. На цьому етапі можуть виготовлятися спеціальні навчальні вироби. Перший етап не є обов'язковим, його застосовують там, де треба виділити окремий прийом, зосередити на ньому головну увагу. Проте у роботі зі старшими учнями ним може обмежуватись група вправ. Попереднє застосування вправ пов'язане з виготовленням простих предметів або окремих частин складніших виробів.

Остаточне застосування вправ передбачає складання деталей, виготовлених на другому етапі роботи, та їх остаточну обробку.

Одним із головних завдань уроків технологій є формування естетичного смаку та творчого потенціалу учнів, які кращим чином розвивається в процесі створення красивих предметів власноруч. Виготовлення штучних квітів сприяє розвитку сенсорної системи та тактильних відчуттів учнів.

Формування творчої особистості учня потребує застосування в освітньому процесі активних форм і методів, які забезпечують розвиток творчого мислення, проблемного бачення творчої уяви та фантазії, ідей –



навчання. Цілком закономірно, що для виховання в учнів творчих рис їх навчання треба зробити творчим.

Творчість учня в будь-якій сфері його діяльності часто буває пов'язана не лише зі створенням чогось принципово нового, а й може проявлятися на виконавчому рівні, тобто в новому переосмисленні й новому баченні вже існуючого об'єкта чи образу. Для того щоб успішно реалізувати завдання, що виникають у процесі планування і створення об'єкта, необхідно не лише чітко усвідомити мету розробки того чи іншого об'єкта, мету тієї чи іншої проблеми, а й оволодіти методами їх виконання. Саме тому, слід запропонувати учням якомога більше різних варіантів композицій, виготовлених штучних квіток в японській техніці канзаши.

Рукоділья канзаші на сьогоднішній день дуже популярно в нашій країні. Інтернет рясіє різноманітними статтями, на форумах обговорюють техніки цього рукоділья, є безліч майстер-класів на цю тему. Освоїти техніку створення простих квітів своїми руками зможе будь-хто, хто має бажання.

Канзаші або в більш правильній транскрипції "кандзасі" (японською мовою 簪) – слово, яке в сучасному світі має два значення. На своїй батьківщині воно означає "жіноча прикраса для волосся, яку носять із кімоно". В Європі – "техніку рукоділья, засновану на складанні особливим чином шматочків тканини". І, не важко здогадатися, що друге безпосередньо походить від першого. Японська техніка канзаши має багато різновидів квіток та прикрас створених в такій техніці. Прикраси складаються з тканинних квітів. Історично склалося, що в традиційному японському жіночому вбранні заборонено використовувати намиста і браслети. Декорування зачісок стало єдиною прикрасою японок, яке давало можливість самовиражатися. Квітами з шовкових стрічок прикрашали шпильки, гребені, палички. Сьогодні техніку канзаші використовують по всьому світу, і не тільки для прикраси волосся. З канзаші виготовляють оригінальні аксесуари, біжутерію і навіть декорують одяг.

Ніжні півонії, чарівні троянди, тендітні хризантеми – весь чудовий світ квітів у дивовижних японських прикрасах для волосся. Раніше їх виготовляли із золота, срібла та інших матеріалів, а зараз найбільш розповсюджені прикраси з шовкових та атласних стрічок. Кожен учень може підібрати стрічки та прикраси за власним смаком, що сприятиме формуванню естетичного смаку. Зараз, із появою дешевших за шовк матеріалів, такий вид рукоділья став доступним для багатьох людей.

#### **Література:**

1. *Методика трудового навчання: проектно-технологічний підхід: навч. Посібник / Бербец В.В., Дубова Н.В., Коберник О.М. [та ін.] ; за заг.рег. О.М. Коберника, В.К. Сидоренка. – Умань : КопіЦентр, 2007. – 154с.*
2. *Селівачов М.Г. Народне мистецтво і сучасність / М. Селівачов. – К., 1980.*
3. *Титаренко В.П. Народні промисли України. – Навчальний посібник. – Полтава. Видавництво «Полтавський літератор, 2011. – 524с.*

**ЄРЕМЕНКО І.С.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.п.н., доцент Л.М. Шпак

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЗАНЯТТЯХ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ В ЗАКЛАДАХ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ**

Сучасна освіта багата на різноманітні інноваційні технології, які спрямовані на реалізацію мети, сучасних завдань освіти й заслуговують на увагу вчителів. Це і технології на основі особистісно-орієнтованого освітнього процесу, технології на основі активізації діяльності учнів, технології на основі дидактичного вдосконалення та реконструювання матеріалу, технології розвиваючого навчання тощо.

Серед цих технологій не останнє місце займають інформаційно-комунікаційні технології. Незважаючи на те, що й досі існують протилежні точки зору щодо використання комп'ютера на уроці, не можна заперечувати ефективності цієї технології, адже однією з основних потреб сучасного суспільства є вміння знаходити потрібну інформацію та застосовувати її.

Інформаційно-комунікативна технологія одна із основних видів креативних технологій, важливою властивістю якої є інтерактивність, що надає користувачеві можливість зворотного зв'язку, можливість підвищити зацікавленість до предмету (за допомогою анімації, показу відеороликів, красивих зразків виробів), можливість використання різноманітних прийомів та методів при проведенні уроків та сприяє кращому засвоєнню матеріалу.

Використання програмних засобів, таких як електронні підручники й навчальні посібники, мультимедійні енциклопедії, відкриває доступ учням до великого об'єму нової інформації, яка в традиційному вигляді (на паперовій основі) практично не реалізується. Це сприяє вихованню в учнів здатності відчувати, бачити проблеми. Бачення проблем це одна з важливих ознак творчої особистості. Тому навчальний матеріал учням повинен презентуватися дискусійно, з розкриттям різних точок зору, підходів, альтернативних рішень тощо.

При вивченні такого матеріалу учень не є сторонньою особою, а стає активним учасником подій, ситуацій, висловлює свою думку, своє ставлення до проблеми. Крім того, він вчиться за допомогою комп'ютера вести пошук шляхів розв'язання проблеми, запускати програму, користуватись електронним довідником, виділяти необхідну інформацію, її друкувати тощо.

Використовуючи комп'ютер, мультимедійні засоби, можна демонструвати й аналізувати прийоми виконання технологічних операцій, їх послідовність, спостерігати за процесом зміни об'єкту, побудувати креслення і т.д. Завдяки комп'ютерній техніці, в процесі трудового навчання, з'являється можливість значно впливати на розвиток таких рис як уважність, спостережливість, зосередженість, які є важливими для творчої особистості.

Передавання знань є складовою людської діяльності, тому застосування новітніх інформаційних технологій на заняттях трудового навчання в закладах середньої освіти зумовлені двома чинниками. З одного боку, це необхідність підготувати учня до його майбутнього робочого місця, а з іншого – необхідність більш ефективної передачі знань, до швидкого сприйняття й обробки інформації, яка надходить, успішно її відобразити і використовувати.

Використання на уроках трудового навчання інформаційно-комунікаційні технології дає ряд переваг:

- економія часу;
- можливість багатогранної і комплексної перевірки знань учнів;
- підвищення мотивації до навчання, інтересу учасників навчального процесу до уроків;
- можливість учневі обирати свій темп роботи;
- самостійність роботи та ін.

Використання на уроках інформаційно-комунікаційних технологій допомагає вирішувати наступні задачі:

- забезпечення диференційного підходу до навчання;
- організація колективної та групової роботи;
- підвищення наочності уроків трудового навчання (використання ілюстративного матеріалу, схем, статистичних даних);
- моделювання процесів, що вивчаються (інтерактивні плакати, відео фрагментів; презентацій; рекламних роликів; ТВ – програм);
- пошук інформації з різноманітних джерел (використання мультимедійних енциклопедій, відкритої багатомовної мережевої енциклопедії Вікіпедії; електронних підручників)
- забезпечення зворотного зв'язку, контроль та перевірку засвоєння навчального матеріалу (тести різних рівнів, як на CD – дисках, так і тренажерів, випробуваних тестів ресурсу Internet);
- пошук необхідних ресурсів для занять (Інтернет тощо).

Враховуючи все вище сказане можна підсумувати, що використання інформаційно-комунікаційних технологій розширює можливості освітнього процесу в закладах середньої освіти на заняттях технологій, забезпечує ефективність освіти, готують молоде покоління до життя в інформаційному просторі, дає можливість для розвитку творчого потенціалу учнів.

#### ***Література:***

1. Андрущенко Н.О. Інтерактивні методи навчання як засіб розвитку пізнавальних інтересів / Н.О. Андрущенко // Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики

навчання: зб.наук.пр – / Редкол.: І В., Зязюн та ін. – Київ-Вінниця: ТОВ фірма «Планер», №38. – 2009. – С. 282-284.

2. Ващенко Л.М. Управління інноваційними процесами в загальній середній освіті регіону / Л.М. Ващенко. – К.: Видавниче об'єднання «Тираж», 2005. – 380 с.

3. Гуревич Р.С. Інформаційно-комунікаційні технології в навчальному процесі / Р.С. Гуревич. – В.: ДОВ «Вінниця», 2002. – 116с.

**Кострицький В.Г.,**

кандидат технічних наук,  
доцент кафедри технологічної та професійної освіти

**Саух О.М.,**

старший викладач кафедри технологічної та професійної освіти  
Херсонський державний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ЕСТЕТИЧНОГО ВИХОВАННЯ УЧНІВ НА ЗАНЯТТЯХ У ГУРТКАХ ПОЧАТКОВОГО ТЕХНІЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ**

Заняття в гуртках, що проводяться в центрах науково-технічної творчості учнівської молоді (в минулому – станції юних техніків) та на позакласних заняттях з техніки дають можливість широко проводити з учнями різні види робіт, що сприяють розвитку їх як розумово, так і фізично, допомагають виховувати у них інтерес до науки та техніки, любов до творчої праці. Одна із задач позакласної роботи – поглиблення загальнонаукових та спеціальних знань учнів, розвиток їх світогляду, виявлення творчих здібностей, сприяння їх всебічному розвитку, вихованню творчої ініціативи та самостійності. Значна роль позакласної роботи і в естетичному вихованні учнів – вихованні здібностей сприймати і вірно розуміти прекрасне в дійсності та мистецтві, вихованні естетичного смаку, відчуття, здібності і потреби приймати участь в створенні прекрасного в мистецтві та житті.

Заняття в технічних гуртках мають великі можливості для естетичного впливу на учнів при їх ознайомленні з об'єктами праці, моделюванні, виконанні технологічних операцій, обговоренні результатів роботи.

Естетичне виховання в трудовому процесі (при виготовленні моделей, іграшок, прикрас тощо) – це виховання відповідного відношення до праці, яке передбачає:

- Оцінку явищ, що спостерігаються з точки зору краси;
- Переживання задоволення або незадоволення від спостереження;
- Участь у творчості по законам краси. Це найбільш активна форма естетичного відношення до праці.

Дати методичні рекомендації щодо організації та проведення естетичного виховання учнів в процесі позакласної роботи з техніки.

Ефективне естетичне виховання учнів може бути забезпечено не випадковими, епізодичними впливами на них, а відповідною системою естетичного виховання на заняттях гуртка.

Ця система включає різноманітні дії, різноманітні впливи, що набирають свій зміст в праці дорослих і в праці учнів. У ній (в системі) велику роль повинні відігравати як підготовка до виконання завдання, так і сам процес виготовлення виробу. І глибоко помилковим являється твердження, що естетичне виховання учнів здійснюється в основному, на заключному етапі виготовлення моделі або іншого об'єкту, тобто при їх оздобленні.

Вибір об'єкта праці, вивчення вимог до нього, постановка мети, планування роботи, аналіз креслень, розмітка, обробка матеріалів і оздоблення виробу – все повинно естетично виховувати учнів. Трудовий процес у гуртку повинен бути підпорядкованим задачі всебічного розвитку особистості. Мало навчити учнів конкретним умінням і навичкам обробки матеріалів, необхідно збудити у них внутрішній інтерес до праці, смак прекрасного в предметному середовищі, озброїти чіткими естетичними категоріями, поглибити знання з технічної естетики, викликати прагнення до активної участі в технічній творчості за законами прекрасного.

Можливості естетичного виховання учнів в процесі занять гуртка початкового технічного моделювання різноманітні. Починатись естетичне виховання гуртківців повинно з виробу об'єктів праці. Це перший етап підготовки учнів до виконання трудового завдання, перший етап естетичного впливу на них. Його ефективність буде залежати від організації, ступеня активності учнів у виборі об'єктів праці, вимог, які висуваються до намічених для виготовлення об'єктів.

Дуже важливо активно включати самих гуртківців до вибору об'єктів праці, допомагати в підборі таких об'єктів праці, котрі могли служити джерелом естетичного впливу на всіх наступних етапах трудового процесу, стимулювали активність і бажання перевірити творчі здібності, виховували смак.

Об'єкти праці учнів мають різні можливості естетичного впливу на учнів. Предмети однакового призначення, але різні за якістю виконання, в залежності від зовнішнього вигляду, мають різну ступінь впливу. Одні вироби породжують невимогливість та байдужість, інші виховують смак та бажання досягнути високих кінцевих результатів [1,2].

Естетичний вплив на учні може бути ефективним тільки за умови вірного вибору об'єктів праці: вони за технологією виготовлення повинні відповідати рівню розвитку дітей – виготовлення не повинно бути надто легким або непомірно складним, важким. Процес праці не може представляти собою бездумну гру, а повинен бути напруженим і в той же час радісним та продуктивним [3].

Учні молодшого шкільного віку, як відомо, не люблять робити одне і теж. Об'єкти праці необхідно міняти. Тільки різноманітність і змістовність праці дає можливість заохочувати учнів та підтримувати постійний інтерес до праці.

Практика свідчить, учні, що прийшли на заняттях, жваво цікавляться тим, що їм буде запропоновано робити. Якщо їм пропонується новий виріб – вони активно включаються у роботу і, навпаки, пасивно і без ентузіазму приймаються за повторення виконаного завдання.

Здійснюючи систему естетичного впливу на молодших школярів, необхідно виділити такий етап, як естетичний аналіз виробу. Задача естетичного аналізу – дати розгорнуту естетичну оцінку виробу. Значення цього етапу дуже велике. По-перше, учні навчаються чітко висловлювати своє естетичне судження про той чи інший предмет. При формуванні своєї думки учні прагнуть до більш глибокого осмислення особливостей предмету, сутності свого відношення до нього. По-друге, систематично висловлюючи свої думки, судження, учні активно розвивають свій естетичний смак. По-третє, постійно порівнюючи свою думку з оцінкою інших, особливо з оцінкою інших, особливо з оцінкою керівника, учні збагачують своє уявлення про красу предметів. Все це активно сприяє формуванню бажаного естетичного ідеалу в учня. Крім того, значення естетичного аналізу предмету важливе і в іншому плані: озброюючи учнів точним і осмисленим уявленням про красу об'єкту праці він робить мету виконуємої роботи більш доступною та зрозумілою, зміцнює виникаюче в учня бажання зробити модель або іграшку більш красивою.

При естетичному аналізі слід звертати увагу учнів до тих особливостей предметів, внаслідок чого вони вважаються прекрасними. Це елементи, в яких найбільш цікаво виявлені творчі здібності людини – творця. Перш за все, захоплює здатність людини надавати предметам доцільну форму – ту, яка в найбільшій мірі відповідає їх практичному призначенню. Тому, чим в більшій мірі відповідає форма предмета його призначенню, тим вище його доцільність, краса. Об'єктом естетичного відношення являється в кінці кінців не сама по собі відповідність форми практичному призначенню предмет, а майстерність людини, яка забезпечила цю відповідність. У доступній формі це слід донести до свідомості гуртківців. Чим в більшій мірі форма об'єкту відповідає своєму призначенню, тим доцільніше вона вирішена, тим вона простіше. Тому здоровий естетичний смак розцінює простоту форми як вираз її краси. Економічне рішення сприймається як прояв сили розуму людини, його творчих здібностей. Необхідно звертати увагу учнів на це [4].

Ще більшими являються можливості естетичного виховання в процесі безпосереднього виготовлення моделей, іграшок тощо. Тут отримують подальший розвиток і поглиблення про об'єкт праці, крім того, у учнів з'являється можливість реалізувати це уявлення з допомогою власних трудових зусиль. Тому, якщо в процесі ознайомлення з об'єктами праці увага керівника гуртка прикута до того, щоб сформувавши чітке уявлення про красу виробу, а на його основі – естетичне відношення до предметного світу, то в процесі виготовлення моделі або іншого об'єкту головною задачею стає виховання у дітей умінь та навичок створювати той чи інший об'єкт у відповідності із своїми уявленнями. Тому необхідно створити умови, щоб учні могли найбільш повно відчути свою силу, свою владу над матеріалом, що оброблюється;

активно, діяльно проявити свої естетичне відношення до праці у процесі творення об'єкту.

Узагальнюючи сказане, можна рекомендувати: більшого педагогічного впливу на дітей можна досягнути якщо загострювати їх увагу в процесі створення різноманітних об'єктів не тільки на необхідності напружено працювати, але й забезпечення краси виробу – необхідно вчитись робити речі красиво, щоб доставляти радість і насолодження оточуючим; людина, яка творить згідно законів краси, намагається робити все красиво і доцільно.

#### **Література:**

1. Бутенко В.Г. *Культуротворчі ідеї в системі естетичного виховання учнівської молоді* // Збірник наукових праць. Педагогічні науки. Випуск 27. – Херсон: Видавництво ХДПУ. – С.76-79.
2. Шуляк В. *Творчість за законами краси* // Трудова підготовка. – 2001. – №4. – С.10-11.
3. Кострицький В.Г., Карпекін С.В. *Особливості естетичного виховання учнів в позаурочній роботі з декоративно-ужиткового мистецтва* // Технічна та художня творчість у трудовій підготовці молоді: Збірник наукових праць – Херсон: Видавництво ХДУ, 2003. – Випуск 39. – С.94-97.
4. [https://pidruchniki.com/1676062635034/pedagogika/estetichne\\_vihovannya\\_uchniv](https://pidruchniki.com/1676062635034/pedagogika/estetichne_vihovannya_uchniv)

**МАКОРТЕТА А.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.п.н., доцент Шпак Л.М.

## **СТРУКТУРА ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УЧНІВ ЗСО НА ЗАНЯТТЯХ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ Й ТЕХНОЛОГІЙ**

В останні десятиріччя в центрі уваги психолого-педагогічної науки знаходиться вивчення особливостей і можливостей людини, умов цілеспрямованої дії на розвиток її творчого потенціалу, створенню повноцінного освітнього й розвиваючого середовища. Саме на це спрямована освітня галузь «Технологія». Вона допомагає сформувати в учнів технологічні компетентності, залучити їх до різних видів освітньої діяльності з урахуванням економічної, екологічної і підприємницької доцільності, соціального досвіду; а також покликана сформувати в школярів досвід самостійної практичної діяльності.

Найбільш ефективно ці задачі можуть бути вирішені шляхом використання в освітньому процесі сучасних педагогічних і технологічних систем, які базуються на засадах проектно-технологічної діяльності, що забезпечує одночасний розвиток учнів, шляхом залучення їх в активну творчу діяльність.

Суть поняття «проектно-технологічна діяльність» пов'язана з такими науковими поняттями й категоріями як «діяльність», «технологія», «проект», що мають різноплановий характер.

«Технологія» – це ідеологія змін і творчості. Зараз технології стають найважливішим фактором політичного, соціально-економічного і культурного розвитку суспільства і поліпшення на цій основі якості життя людей. Техніка і спосіб виробництва за своїм походженням є породженням культури, тому «технологія» – це культурологічне поняття, пов'язане з творчим мисленням і творчою перетворюючою діяльністю людини.

Термін «проект» (projectio) у перекладі з латинської означає – кинутий вперед задум. Термін «проект» застосовується в різних галузях науки, а отже має кілька визначень.

За К.М.Канторі проект – це прояв творчої активності людської свідомості, «через який у культурі здійснюється діяльніший перехід від небуття до буття». Автор надає величезного значення проекту як специфічній формі свідомості, що конституює всякий трудовий процес [1].

Проект є складовою проектування, що розглядається як створення проекту (прототипу, прообразу) передбачуваного або можливого об'єкту стану. Проведений аналіз дозволяє нам сформулювати думку про те, що проектування в якості творчої, інноваційної діяльності завжди націлене на створення виробів і послуг, що володіють об'єктивною і суб'єктивною новизною і мають особистісну та суспільну значимість. У загальних рисах проектування полягає в аналізі проектної ситуації (збиранні й уточненні інформації), синтезі (пошуку) та оцінці рішень.

Основний зміст проектування полягає в конструюванні сукупності дій та засобів, що дозволяють розв'язати поставлені завдання та проблеми, досягти визначених цілей. Ці дії та засоби фіксуються у двох формах: як система параметрів проектованого об'єкта та їх кількісних показників; як сукупність конкретних заходів, які забезпечують реалізацію за проектованих показників та якісних характеристик майбутнього об'єкта.

Проектування в цілому як соціальна категорія, хоч і стоїть в одному ряду з такими поняттями, як прогнозування, планування, конструювання, створення програм (програмування), моделювання, на думку О.М.Коберника має свої суттєві відмінності, є найбільш загальним, комплексним, інтегративним феноменом [2].

Проектування включає в себе три основних стадії: аналіз, синтез та оцінку. Іншими словами, ці стадії можна визначити, відповідно, як розчленування цілого на частини, об'єднання частин по-новому та вивчення наслідків практичного застосування спроектованого.

Таким чином, в основних, розглянутих нами визначеннях проектування відзначаються зовсім різні сторони цієї складної діяльності від творчого характеру проектування до процесу прийняття рішень, що вимагає вже глибокого психологічного аналізу.



У психологічному знанні поняття проектування останнім часом надбало значну актуальність і новий зміст у зв'язку з розробкою проблеми проектування освітніх систем (Е.І.Ісаєв, В.І.Слободчиков, Н.Ф.Тализіна, І.С.Якиманська, В.Я. Ляудис). Е.І.Ісаєв представляє позицію, відповідно до якої проектування є рушійним механізмом справді розвиваючого утворення: «предметом проектування і є створення умов (засобів, механізмів) кроку розвитку системи утворення в цілому, переходу з одного стану в інше» [4].

Теоретики розвиваючого навчання П.Л.Гальперин, Н.Ф.Тализіна вважають, що засвоєння знань, умінь і навичок більш ефективно відбувається в контексті виконання тими, яких навчають, дій, система яких складає навчальну діяльність. Проектно-технологічна діяльність саме і формує алгоритм таких дій, перетворює декларуюче розвиваюче навчання в реальне [5].

Тому під проектно-технологічною діяльністю ми розуміємо обґрунтовану і сплановану діяльність, яка передбачає розроблення конструкції, технології, виготовлення і реалізацію об'єкта проектування, і спрямована на формування в учнів певної системи творчо-інтелектуальних і предметно-перетворюючих знань і вмінь.

Метою проектно-технологічної діяльності школярів є створення учнями навчального творчого проекту (продукт чи послуга), що розглядається нами як самостійно розроблений і виготовлений учнем від ідеї до її втілення, володіє суб'єктивною чи об'єктивною новизною і має особистісну чи соціальну значимість [3].

Проектно-технологічна діяльність виконує творчу, перетворюючу, дослідницьку, економічну, технологічну функції.

Зміст проектно-технологічної діяльності складає проведення дослідницьких підготовчих операцій, конструювання майбутнього виробу, практичне виготовлення виробу, оцінку і захист об'єкта діяльності.

Результатом проектно-технологічної діяльності є визначений виріб, продукт (послуга) і розвиток особистості школяра, а також і його розвиток творчого потенціалу.

У проектно-технологічній діяльності використовуються різноманітні методи: вербальні і невербальні, механічні, хімічні, біологічні, енергетичні, інформаційні й ін.

Засобами здійснення проектно-технологічної діяльності є використання різних інструментів, пристосувань, машин, механізмів, автоматичних пристроїв та ін.

Таким чином, проектно-технологічна діяльність як основна дидактична одиниця сприяє формуванню творчого мислення й технологічної культури; підсиленню уяви, що являється потужним стимулом народження нових ідей, пошуку альтернативних рішень, їх аналізу і синтезу, що в майбутньому відкриється основою інноваційного мислення і діяльності; успішній адаптації молоді до сучасних соціально-економічних умов життя; підготовці школярів до адекватного професійного самовизначення; формуванню знанневого, діяльнісного та цінісного компонентів і прагнення учнів до самоосвіти.

**Література:**

1. Кантор И.М. Педагогическая лексикография и лексикология. – М.: Просвещение, 1968. – 200 с.
2. Коберник О.М. Проектування на уроках трудового навчання//Трудова підготовка в закладах освіти. – 2001. – №4. – С.23-26.
3. Методика трудового навчання: проектно-технологічний підхід: навч. посібник / Бербец В.В., Дубова Н.В., Коберник О.М. [та ін.] ; за заг.рег. О.М. Коберника, В.К. Сидоренка. – Умань : КопіЦентр, 2007. – 154с.
4. Симоненко В.Д. Творческие проекты учащихся V-IX классов общеобразовательной школы. – Научно-методический центр "Технология". – Брянск, 1996. – 132 с.
5. Талызина Н.Ф. Формирование познавательной деятельности младших школьников: Книга для учителя. – М.: Просвещение, 1988. – 175 с.

**ШКВОРЕЦЬ О.В.,**

к.п.н., доцент кафедри професійної та технологічної освіти

**ШВЕЦЬ А.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ГУРТКОВИХ ЗАНЯТЬ З «ДИЗАЙНУ ОДЯГУ»**

В Законі України «Про освіту» визначено що «Метою позашкільної освіти є розвиток здібностей дітей та молоді у сфері освіти, науки, культури, фізичної культури і спорту, технічної та іншої творчості, здобуття ними первинних професійних знань, вмінь і навичок, необхідних для їх соціалізації, подальшої самореалізації та/або професійної діяльності» [1].

Соціально-педагогічна мета орієнтує на створення таких умов освітнього середовища закладу позашкільної освіти, які забезпечують всі можливості для формування компетентностей, розвитку активності учнів, реалізації їхніх потенційних здібностей шляхом соціальної взаємодії з керівниками гуртків різного напрямлення, в атмосфері доброзичливості, взаємодопомоги, толерантності. Для того щоб учні в результаті відвідування гуртків отримали відповідні новітні знання, досягла успіху в житті і відбулися як особистість. В навчально-виховному процесі позашкільного закладу створюються відповідні освітні умови для розвитку активності, творчості що, є однією з головних передумов формування пізнавальної та практичної компетентностей [2].

Питанням удосконалення освітнього процесу в позашкільних закладах освіти присвячено дослідження українських науковців, а саме: Г.В. Пустовіт, О.Б. Мелентьева, В.М. Слабко, Л.О. Чистякової,, Р.А. Науменко та ін.

Одним із напрямів позашкільної освіти, є науково-технічний, який забезпечує набуття вихованцями (учнями і слухачами) техніко-технологічних

умінь та навичок, розширення наукового світогляду, підготовку до активної науково-дослідної роботи, оволодіння сучасною технікою та технологіями.

Заняття повинні сприяти розвитку творчих рис характеру, а саме: цілеспрямованості, ініціативності, допитливості, критичності розуму, самостійності, вимогливості, наполегливості, винахідливості, оригінальності, готовності до впровадженого ризику, а також організованості, працелюбності, порядності, відповідальності тощо. Вказані риси характеру мають формуватися як стійкі якості особистості, що визначають програму її поведінки, діяльності, активного творчого ставлення до себе, людей, праці, речей.

Залежно від змісту роботи і поставленої мети розрізняють три основні типи гуртків, що ґрунтуються на предметах з трудового навчання та технологій: предметні, позапредметні і гуртки-курси.

Предметні гуртки – це різноманітні гуртки, які мають своїм завданням поглибити знання і головним чином уміння, набуті учнями в процесі вивчення трудового навчання та технологій. Так, на базі навчальних майстерень освітнього закладу можуть організовуватися різноманітні гуртки: в'язання гачком або спицями, конструювання та моделювання одягу, вишивка різними техніками, дизайну одягу, декоративно-прикладного мистецтва, та ін. У цих гуртках учні виготовляють різноманітні оригінальні складні вироби, використовуючи свої набуті вміння з технології обробки матеріалів, знання з конструювання, знання з дизайну та ін. Проте поряд з цим їм стає цікавим набувати нових знань, засвоєння новітніх технологій, ознайомлення з сучасними видами мистецтва [3].

Керівник гурткових занять планує застосування засобів і прийомів надання та вивчення інформації відповідно напряму гурткової діяльності. Ефективність обраних дидактичних засобів проведення гурткових занять значною мірою залежить від майстерності керівника гуртка, його бажання працювати творчо, нестандартно, дієво, враховувати індивідуальні здібності школярів.

Значною мірою удосконаленню освітнього процесу проведення гурткових занять сприяє впровадження інноваційних технологій таких як: особистісно-орієнтоване навчання, проблемне навчання, метод проектів, ігрові технології, інформаційні технології, евристичне навчання та ін. [4].

Особливості запровадження інформаційних технологій навчання у процесі проведення гурткових занять спирається на реалізацію принципів використання міжпредметних зв'язків трудового навчання, технологій та інформатики.

Інформаційні технології розвиваються динамічно, так само динамічно розвиватися і методика їх використання в освітньому процесі. До сучасних інформаційних технологій навчання відносяться: інтернет-технології, мультимедійні програмні засоби, офісне та спеціалізоване програмне забезпечення, електронні посібники та підручники, системи дистанційного навчання (системи комп'ютерного супроводу навчання).

Вдосконалення комп'ютерної техніки та впровадження її на заняттях у тому числі й гурткових дозволяє достатньо широко використовувати мультимедійні технології, які є сукупністю різних засобів навчання: текстів, графічних зображень, музики, відео і мультиплікації в інтерактивному режимі, тим самим розширюючи можливості вдосконалення навчально-виховного процесу.

Розглянемо впровадження інформаційних технологій під час проведення гурткових занять «Дизайн одягу» з учнями старших класів на прикладі теми «Розробки колекції «Стилізований Український костюм» із застосуванням проблемного навчання та інформаційних технологій. До кожного етапу виконання цього завдання розроблено комплекс проблемних художньо-графічних задач. Одним із проблемних завдань є послідовне читання українського костюма. Методика проведення заняття нами пропонується проводити в такій послідовності:

1) розглянути загальну характеристику історичного розвитку українських костюмів за допомогою підготовленого керівником гуртка відеоряду;

2) користуючись Інтернетом учні повинні знайти, розглянути та проаналізувати сучасні колекції моделей одягу, творці яких звертались до мотивів національного костюма;

3) розглянути композиційне формоутворення українських костюмів відповідно території України й визначити спільне та відмінне в костюмах.

Проаналізувавши весь матеріал, учням необхідно знайти й вивчити художньо-графічні риси, які поєднують або можуть поєднати український національний костюм та сучасний костюм. На основі порівняння, аналізу, синтезу учням необхідно узагальнити спільні риси костюма та можливості їх використання через розробку первинних фор-ескізів.

Проведення гурткових занять з «Дизайну одягу» із застосуванням інноваційних технологій сприяють покращенню розвитку творчого мислення учнів, розширюють можливості орієнтуватися в питаннях сучасної моди і стилю, розумітись над етапами дизайнерської творчої діяльності, що в свою чергу орієнтує старшокласників на вибір майбутньої професії пов'язаної з дизайном одягу.

#### *Література:*

1. *Про освіту: Закон України // Освіта України. – 2017. – № 38-39. – 380 с.*
2. *Волобуєва Т.Б. Розвиток творчої компетентності школярів // Управління школою. – Харків, 2005. – 110 с.*
3. *Мелентьєв О.Б. Теорія і методика позашкільної освіти / Умань.: «АЛМІ», 2013. – 182 с.*
4. *Пустовіт Г.П. Позашкільна освіта і виховання: теоретико-дидактичний аспект: монографія / Г.П. Пустовіт. – Кн. 1. – Вид. друге, доп. і випр. – Миколаїв: Вид-во МДУ ім. В.О. Сухомлинського, 2010. – 379 с.*

**ЧАРНЕЦЬКИЙ Є.І.,**

студент 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет

*Науковий керівник: к.т.н., доцент В.Г. Кострицький*

## **ПОПЕРЕДЖЕННЯ ПОМИЛОК УЧНІВ НА ЗАНЯТТЯХ ВИРОБНИЧОГО НАВЧАННЯ В МАЙСТЕРНЯХ**

Учнівські помилки являються в значній мірі результатом діяльності викладача. Хороший педагог працює над виправленнями помилок учнів, а ще краще – їх попереджає.

Розглянемо типові помилки, які зустрічаються при виконанні слюсарних робіт в навчальних майстернях, і намітимо деякі шляхи їх попередження. Зазначимо, що багато з них характерні і для інших тем програми.

Операція, з якої починається практично кожна робота і з якої починається навчання в майстерні – це розмічання. Від її точності залежить якість виробу. На перших порах, для цього застосовуються: лінійка, кутник, олівець. І перші типові помилки такі. При проведенні прямої лінії по лінійці пальці розташовують тільки на її площині, а тому лінійка може зміститись. Для того, щоб уникнути такої помилки, необхідно розмістити пальці руки на лінійці і розмічуваній площині( звичайно великий і мізинець). Типова помилка, коли при розмічанні великої площини на заготовці відкладається необхідний розмір від кромки. Далі за однією рисою «на око» проводиться лінія, що виявляється не паралельною до кромки. Для точності розмір необхідно відкласти 2 – 3 рази.

При розмічанні контурів деталей за шаблоном необхідно мати на увазі, що окреслений контур дещо більший від шаблону. Учням, які окреслили контур недбало, а це трапляється часто, необхідно показати, що його необхідно підправити, і як це виконується [4].

Розповсюдженою помилкою при різанні металу ручним інструментом (ножівками, ножицями) та з використанням електричного інструменту є різання по лінії розмічання, а необхідно завжди розпил виконувати поруч з лінією розмічання з боку залишає мого матеріалу [6].

При роботі штангенциркулем типовою помилкою являється недостатнє або занадто велике зусилля з яким притискують губки інструмента до вимірюваної поверхні заготовки, оскільки вимірювальне зусилля визначається на дотик. Необхідно рекомендувати учням, що для забезпечення нормального вимірювального зусилля, необхідно інструмент злегка перемістити губками вздовж вимірювальної поверхні, забезпечуючи їх відносно ковзання з легким тертям деталі об поверхню губок без хитання, або повернути на невеликий кут. Це дасть можливість відчувати, яким є зусилля притискання губок до поверхні. Інша помилка – відлік розміру не до нульової поділки ноніуса, а до кромки рамки. Для виправлення вказаних помилок можна рекомендувати виконання вправ в закріпленні правильних прийомів.

Ще одна помилка в користуванні штангенциркулем обумовлена рекомендаціями, що наведені в навчальній літературі щодо використання мікрометричної подачі рамки для підведення рухомої губки до поверхні деталі. В такому разі не забезпечується можливість контролювання вимірювального зусилля, що приводить до отримання невірних показань. Необхідно вказати учням що мікрометрична подача використовується лише для підвищення точності встановлення розміру при розмічанні. Зазначимо, що мікрометричною подачею оснащені тільки моделі штангенциркулів, якими можна виконувати розмічання. Вони мають для цього відповідні губки.

Типова помилка при свердлінні отворів ручним або електричним дрилем – його «завал», а тому і перекося свердла. Необхідно привчати учнів, щоб вони слідували за правильністю положення інструмента, перевіряли перпендикулярність свердла за допомогою кутника. Буває також, що учні починають свердлити отвір не накеренивши його центр. В результаті отримуємо брак, так як отвір буде зміщений.

При нарізуванні різьби плашкою треба мати на увазі, що в процесі утворення профілю різьби металеві вироби, особливо сталь, мідь і ін., «тягнуться», діаметр стержня збільшується. Внаслідок цього посилюється тиск на поверхню плашки, що призводить до її нагрівання і прилипання частинок металу, тому різьблення виходить рваним [1].

При виборі діаметра стержня під зовнішню різьбу слід керуватися тими ж міркуваннями, що при виборі отворів під внутрішнє різьблення. Хорошу якість різьблення можна отримати в тому випадку, якщо діаметр стержня трохи менше зовнішнього діаметра нарізати різьблення. Якщо діаметр стержня буде значно менше необхідного, то різьблення вийде неповною; якщо ж діаметр стержня буде більше, то плашка або не зможе бути нагвинчена на стрижень і кінець стержня буде зіпсований, або під час нарізання зуби плашки внаслідок перевантаження можуть зламатися [3].

Для запобігання браку і поломки зубів плашки необхідно стежити за перпендикулярним положенням плашки по відношенню до стрижня: плашка повинна врізатися в стрижень без перекося. Для запобігання перекося плашки можна рекомендувати використання плашкотримача, оснащеного напрямною втулкою, отвір якої відповідає діаметру нарізуваної різьби.

*Перевірка нарізаною внутрішньої різьби* проводиться різьбовими калібрами-пробками, а зовнішньої – різьбовими мікрометрами або різьбовими калібрами-кільцями і різьбовими шаблонами.

Виправлення й рихтування являють собою операції по виправленню металу, заготовок і деталей, що мають вм'ятини, випучини, хвилястість, викривлення, та ін. Виправлення й рихтування мають одне і те ж призначення, але відрізняються прийомами виконання і вживаними інструментами і пристосуваннями [2].

При правці важливо правильно вибирати місця, за якими слід наносити удари. Сила ударів повинна бути співмірна з величиною кривизни і поступово зменшуватися в міру переходу від найбільшого вигину до найменшого.

Виправлення вважається закінченою, коли всі нерівності зникнуть і деталь стане плоскою, що можна визначити накладенням лінійки. Правку, що виконують на плиті або надійних підкладках, виключають можливість зісковзування деталі при ударі [5].

Заклепку вважають добре виконаним, якщо добре оформлено заклепочні головки і відсутні зарубки та забоїни в деталях з'єднання.

При порушенні технологічного процесу можуть виникати дефекти з ряду причин: невідповідність діаметра отвору діаметрові заклепки; невідповідність довжини стержня товщині склепуваних деталей; погане прилягання склепуваних деталей одна до одної; несправний або неправильно підібраний інструмент та ін.

Зіпсовані заклепки зрубують спеціальним зубилом – косяком, а потім за допомогою бородка вибивають з отвору стержень заклепки. Зручно видаляти браковані заклепки висвердлюванням. Для цього закладну головку кернують і потім надсвердлюють свердлом, діаметр якого на 0,1–0,2 мм менший від діаметра заклепки. Під час свердління треба звертати увагу на те, щоб глибина отвору в заклепці не перевищувала висоти її головки. Надсвердлену головку надломлюють бородком або вибивають стержень заклепки [7].

Крім специфічних є ряд загальних методів попередження самих різних помилок в роботі. Це пояснення, навідні запитання, короткі пояснення, що супроводжуються показом правильних прийомів, вправами в ході вступного, поточного і індивідуального інструктажа. Ефективна демонстрація таблиць, схем, малюнків. І, звичайно, необхідний систематичний контроль з боку викладача, майстра, взаємоперевірка серед учнів.

#### **Література:**

1. Матеріал із сайту <http://imetal.in.ua/uk/slesarnoe-delo/narezanie-naruzhnoj-rezby>
2. Матеріал із сайту <http://imetal.in.ua/uk/slesarnoe-delo/pravka-i-rihtovka-metalla>
3. Матеріал із сайту
4. [https://stud.com.ua/84095/tehnika/zobrazhennya\\_rizbi\\_rizbovih\\_zyednan](https://stud.com.ua/84095/tehnika/zobrazhennya_rizbi_rizbovih_zyednan)
5. Матеріал із сайту <http://slusarna.com.ua/ponyattya-pro-rozmichannya-ploshchinne-rozmichannya/brak-pri-rozmichanni.html>
6. Матеріал із сайту <http://kkoonspekt.blogspot.com/p/4.html>
7. Матеріал із сайту <http://slusarna.com.ua/sverdlinnya-zenkeruvannya-i-rozvirchuvannya.html>
8. Матеріал із сайту <http://slusarna.com.ua/sut-klepannia-ta-ioho-zastosuvannia/defekty-ta-tekhnika-bezpeky-pry-klepanni.html>

## **ОСОБЛИВОСТІ МЕТОДИКИ ПРОВЕДЕННЯ ЗАНЯТЬ ТРУДОВОГО НАВЧАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДІВ РІШЕННЯ ТВОРЧИХ ЗАДАЧ**

Метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству, збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу Українського народу, підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору [1].

На сучасному етапі перед системою освіти постають завдання що спрямовані на перегляд та вдосконалення навчальних програм, планів та методичних рекомендацій, які б дозволили наблизити навчальний процес до сьогодення.

Питанням удосконалення освітнього процесу з учнями базової середньої школи на заняттях трудового навчання та технологій присвячені наукові праці А.І. Терещука, О.М. Коберника, Н.І Боренець, В.В Юрченко та ін. [2].

За новим змістом та структурою програми трудового навчання, учнями базової середньої школи передбачено вивчення різних технологій таких як: технологія оздоблення мозаїкою, технологія виготовлення вишитих виробів, технологія обробки текстильних матеріалів ручним способом, технологія виготовлення в'язаних виробів, технологія виготовлення швейних виробів машинним способом та ін. [4].

Орієнтовний перелік творчих проектів які можуть виготовляти учні 9-их класів можуть бути такі: корисні речі для інтер'єра школи, дитячого садка, громадських місць, помешкання; вироби для власних потреб; нове життя старим речам та ін.

Отже в результаті аналізу змісту програми трудового навчання нами запропоновано впровадження в освітній процес виготовлення виробів засобами «технології обробки текстильних матеріалів ручним способом» та «технології виготовлення швейних виробів машинним способом». Засобами обраних технологій учні розробляють творчий проект за темою «Виготовлення м'якої іграшки технікою «Тільда».



Під час виконання творчого проекту учні знайомляться з одним із найдавніших видів декоративно-ужиткового мистецтва – виготовлення м'якої іграшки. Виготовлення іграшки – це творчий процес, який приносить задоволення як дітям, так і дорослим.

З метою інтенсифікації освітнього процесу в процесі проведення занять трудового навчання нами проаналізовано сучасні інноваційні педагогічні технології.

З метою розвитку ключових компетентностей учнів, під час розробки проекту за темою «Виготовлення м'якої іграшки технікою «Тільда» нами розглянуті методи рішення творчих задач, а саме:

а) Метод синектики. Під цим поняттям можна розуміти, колективну працю яка базується на метафоричному та інтуїтивно-образному мисленні. Він базується на мисленні групи школярів з орієнтацією на аналогії. Після встановлення і сформулювання проблеми група учнів намагається виявити, яким чином подібні проблеми вирішуються. Потім використовуючи виявлені аналогії і принципи вирішення подібних проблем, намагаються розв'язати конкретну задачу, яка стоїть перед ними.

Наприклад, цей метод нами рекомендовано застосовувати на занятті в процесі пошуку учнями клаузури та оригінального художньо-конструкторського рішення майбутньої іграшки.

б) Метод ситуаційних вправ, є основою навчання в Гарвардській школі бізнесу. Цей метод надає можливість наблизити навчальний процес до реальної праці спеціалістів будь-якої галузі виробництва. Наприклад під час виконання конструкторського етапу виконання творчого проекту учні виконують раціональне економічне обґрунтування творчого проекту. Внаслідок, створення проблемної ситуації, вчитель пропонує учням обґрунтувати вибір майбутнього дизайну іграшки, тканини, технологічної обробки, які повинні відповідати екологічно чистими параметрам. Задача учнів знайти найкраще вірне рішення відповідно поставлених задач. Отже ситуаційні вправи розвивають аналітичне мислення та вміння робити раціональні висновки.

в) Метод роботи в малих групах. Цей метод навчання, дає змогу набути навичок співпраці та спілкування між усіма учасниками освітнього процесу.

Метод роботи в малих групах використовується, зазвичай, для вирішення складних проблем, що потребують колективного розуму [3,5]. При виконанні заключного етапу виконання творчого проекту, виконуючи складний конструкторський виріб, виготовлення м'якої іграшки технікою «Тільда» підраховуючи собівартість виробу, учням слід розділитися на групи, або пари з розрахунку та вигідну економічну собівартість виробу.

Отже на заняттях трудового навчання з учнями 9-их класів засобами «технології виготовлення виробів ручним та машинним способом» нами запропоновано впровадження в навчальний процес методика проведення занять на прикладі методів рішення творчих задач, таких як: метод синектики, метод роботи в малих групах та метод ситуаційних вправ, що сприятиме розвитку ключових компетентностей.

**Література:**

1. Закон України «Про Освіту» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 38-39, ст.380).
2. Коберник О. М. Дидактичні основи сучасного уроку трудового навчання / О. М. Коберник // Трудова підготовка в закладах освіти. – 2003. – № 2. – С. 3 – 7.
3. Меєрович М. І. Технологія творчого мислення / М. І. Меєрович, Л. І. Шрагіна – Мн. : Харвест, 2003. – 432 с.
4. Трудове навчання 5-9 класи: Програма для загальноосвітніх навчальних закладів України + опис ключових змін. – К.: Видавничий дім «Освіта», 2017.–96с.–(Серія «На допомогу вчителю»).
5. Шкворець О.В. Використання теорії вирішення винахідницьких задач у процесі проектування одягу / Шворець О. Освітнянські обрії: реалії та перспективи : Збірник наукових праць. – Київ: ППТО, 2007. – №1(1) ). – С. 173-177.

## **ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 6 УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

---

***БИКОВСЬКИХ В.,***

студент факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.*

### **СУТНІСТЬ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Рекреаційна діяльність – діяльність людини у вільний час, здійснювана з метою відновлення фізичних сил людини і характеризується різноманітністю поведінки людей і самоцінністю її процесу.

Рекреаційна діяльність охоплює певні види діяльності, пов'язані із туристичною, санаторно-курортною, лікувально-оздоровчою та спортивною метою. Кожен вид є певною мірою відокремленим і може бути організований незалежно від інших видів рекреаційної діяльності. Водночас через велику кількість спільних рис їх доцільно досліджувати як єдиний об'єкт економічної діяльності – рекреаційна діяльність [1].

Будинок відпочинку – це рекреаційне підприємство, що характеризується різноманітними циклами рекреаційних занять і переважним використанням ресурсів прилеглої території.

Одним з таких підприємств вважається пансіонат – засіб розміщення оздоровчого напрямку, розташований у замській або рекреаційній зоні, призначений для тривалого перебування з регламентованим режимом відпочинку та харчування [2].

Не менш яскравим представником є і санаторій – установа, де здійснюється не тільки рекреаційна діяльність, а й лікування.

Херсонщина – один з найпривабливіших регіонів України, що має унікальні природно – рекреаційні ресурси. Регіон омивається двома морями, має багато рекреаційних зон та сприятливий для відпочинку теплий клімат.

Розподіл закладів санаторно-курортного господарства за районами Херсонської області підтверджує той факт, що основою їх розміщення є природно-ресурсний потенціал, зокрема їх найбільша кількість сконцентрована у приморських районах та в тих, які розташовані вздовж річок та Каховського водосховища. Тож, низка інфраструктурних туристсько-рекреаційних ресурсів сформувалась багато десятиліть тому, трансформуюся постійно [3].

Отже, провівши моніторинг будинків відпочинку Херсонської області, ми виявили що вони користуються великим попитом, але спостерігається їх значна територіальна диференціація, що зумовлює туристсько-рекреаційну спеціалізацію окремих міст та районів області. Вплив соціально-економічних

перетворень в країні в цілому та в регіоні зокрема призводять до значних змін в управлінні та функціонуванні туристсько-рекреаційної галузі Херсонщини. Залишаючись важливою галуззю економіки регіону, туристсько-рекреаційне господарство залишається перспективним напрямком розвитку Херсонської області, тому комплексні дослідження туристсько-рекреаційних ресурсів регіону як основи формування зазначеної індустрії є своєчасними та актуальними.

#### *Література:*

1. Павлова Ю.О. *Оздоровчо-рекреаційні технології та якість життя людини* : монографія / Ю.О. Павлова. – Львів : ЛДУФК, 2016. – 356 с.
2. Бейдик О.О. *Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії* / О.О. Бейдик – К.: "Палітра", 1997. – 130 с.
3. Василевська Я.В. *Місце Херсонської області в санаторно-курортному комплексі України* / Я.В. Василевська // *Потенціал сучасної географії у розв'язанні проблем розвитку регіонів: Матеріали міжнародної наук.-практ. конф. молодих вчених, присвяченої 95-річчю Національної академії наук України, 3-5 жовтня 2013 р., м. Київ.* – К.: Логос, 2013. – 448 с. – С.44-49.

**Бойченко Н.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.*

## **ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

Розвиток підприємства готельно-ресторанного господарства неможливий без здійснення інноваційної діяльності. У світі інноваційна діяльність є тим фактором, за допомогою якого підприємство готельно-ресторанного бізнесу пристосовується до змін у мікро- та макросередовищі і може здійснювати зміни у них, метою діяльності якого є прагнення до лідерства. Можливість підприємства готельно-ресторанного бізнесу вміло використовувати інновації сприяє створенню нових та займання наявних ринкових сегментів, підвищення рівня конкурентоспроможності та створення можливостей для підняття бізнесу на новий рівень.

Тобто для запровадження готельно-ресторанним підприємством інноваційної діяльності можливе не лише за рахунок наявності фінансових та інших ресурсів, але й за здатності персоналу підприємства пристосовуватися до нових умов і потреб організації. А ця пристосовуваність формується лише за рахунок наявності мотиваційних заходів щодо персоналу на підприємстві готельно-ресторанного бізнесу [1].

Готельно-ресторанний бізнес є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в

комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності. Стан готельно-ресторанного бізнесу впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки – транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін. Таким чином, створення ефективного готельно-ресторанного бізнесу відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови економіки України. Готельно-ресторанний бізнес містить цілий комплекс послуг для туристів і є ключовим чинником, що визначає перспективи розвитку туризму. Туристичні послуги, зокрема в межах готельного обслуговування, належать до соціально-культурних послуг.

Вони створюються на принципах сучасної гостинності, що підвищує їхню роль у розвитку вітчизняного туризму, а також зумовлює необхідність професійної підготовки кадрів для туристичного і готельного сервісу. Для успішного вирішення комплексу завдань з обслуговування гостей, управління закладами із збереженням міцних конкурентних позицій необхідно оволодіти професійними знаннями і постійно їх вдосконалювати.

Планування інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму і прогнозування їх розвитку в межах загальної стратегії охоплює такі етапи [2]:

- аналіз вимог зовнішнього середовища і закономірностей внутрішнього середовища,
- визначення загальної стратегії функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та туризму,
- визначення інноваційних можливостей, формування стратегічних інноваційних завдань, розробка концепції інноваційної стратегії, та бізнес-планів і програм інноваційної діяльності,
- реалізація інноваційних проектів.

Сьогодні послуги готельно-ресторанного бізнесу достатньо затребувані та вимагають поліпшення якості обслуговування на високому рівні і різноманітності, з метою залучення більшої кількості клієнтів. Сучасний розвиток індустрії гостинності спрямований на створення інноваційних технологій, які сприятимуть отриманню якомога більшої кількості клієнтів, максимальній кількості продажів, завоюванню довіри гостя, формуванню позитивного іміджу підприємства [3]. А це вимагає поліпшення якості послуг і удосконалення технологій, а саме: електронні системи управління; інтерактивний екран; системи безпеки; екологічні технології; електронне меню.

Сьогодні немає практично жодного готельного підприємства, яке б не використало різні електронні системи управління. Нині основною інновацією у сфері систем електронного управління є система яка дає можливість співробітникам готелю безпосередньо спілкуватися з користувачем через веб-сервіс, і користувач може отримати повну інформацію про цей готель в мережі, забронювати номер тощо.

Зазначимо, що розвиток підприємства готельно-ресторанного господарства неможливий без активного запровадження інноваційної діяльності. У всьому світі саме інновації є тим засобом, за допомогою якого підприємство готельно-ресторанного господарства адаптується до змін у зовнішньому середовищі або й змінює його у власних інтересах, прагнучи і досягаючи економічного лідерства. Здатність підприємства до застосування інновацій є його невід'ємним складником, завдяки чому він займає вільні чи створює нові ніші на ринку, конкурентні можливості, забезпечуючи цим розширення бізнесу. Отже, для застосування інновацій необхідні не тільки ідея та фінансові можливості, але й готовність і здатність персоналу відмовитися від звичного і опанувати нове.

#### *Література:*

1. Мендела І.Я. *Планування інноваційних стратегій підприємствами готельного бізнесу* / І.Я Мендела // *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. – 2016. – № 9. – С. 125–129.
2. Чмельова О.С., Татарчук О.Ю. *Концептуальна основа розвитку інноваційного потенціалу підприємства* / О.С. Чмельова, О.Ю. Татарчук // *Вісник НТУ «ХПІ»*. – 2014. – № 67. – С. 11–18.
3. Стегней М.І. *Методичні підходи до визначення рівня інвестиційної привабливості галузі, підприємства* / І.О. Іртищева, М.І. Стегней, М.І. Паук // *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. – 2015. – № 5. – С. 15–25.

**Бокій К.,**  
студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.*

## **ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Потенціал розвитку підприємства готельно-ресторанного господарства охоплює не лише його ресурсні складники, але й значно залежить від ступеня адаптації та застосування підприємцем змін у системі інновацій. Для забезпечення розвитку організації необхідно, щоб у керівника були мотив і стимул до забезпечення успіху та отримання влади тощо [1]. Формування потенціалу підприємства готельно-ресторанного господарства – це визначення ресурсів, можливостей і резервів потенціалу підприємства на довгострокову перспективу, що призведе до конкурентоспроможності даної організації.

Дослідження інноваційного потенціалу та ефективність його використання повинні враховувати комплекс факторів зовнішнього і внутрішнього впливу, але на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, які наближені до споживача, у першу чергу, необхідно направляти зусилля на цільові фактори соціально-економічного становища працівників, розвивати їх інтелектуальну складову та творчу активність.

Комплексною характеристикою спроможності підприємства до інноваційного розвитку є його інноваційний потенціал. Це поняття характеризує спроможність підприємства до створення інновацій. Інноваційний потенціал як поняття ввійшло до термінів економічної науки як економічна категорія, але в сучасній економічній літературі, у тому числі й українській, відсутнє однозначне його визначення. У наукових працях цей термін вживається, як правило, операційно під час вирішення інших науково-пізнавальних завдань. У багатьох дослідженнях автори концентрують свої зусилля на вивченні окремих сторін інноваційного потенціалу, тому в літературі представлені специфічні визначення, які мало співвідносяться між собою.

Термін "потенціал" у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова "potentia" й означає "приховані можливості", які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю.

У широкому розумінні поняття "потенціал" – це засоби, ресурси, запаси, джерела і можливості, що є в наявності й можуть бути використані, приведені в дію для досягнення певної мети: виконання плану, вирішення проблем, досягнення результату якої-небудь соціальної системи у певній галузі.

Сучасна економіка запозичила термін "потенціал" із фізики, де він означає кількість енергії, яку накопичила система і яку вона спроможна реалізувати в роботі. Визначення промислового потенціалу можна сформулювати як сукупність засобів і предметів праці, робітників, їхніх навичок, мотивів і стимулів, виробничих відносин, що склалися за багато років і перебуває у системній єдності. Потенціал – це прихована можливість використання виробничої сили ресурсу, він міститься у самому наявному ресурсі [2].

Інноваційний потенціал у комплексі описує можливості підприємства готельно-ресторанного бізнесу запроваджувати інноваційну діяльність, тому управління інноваційним потенціалом є основним завданням для підприємства готельно-ресторанного бізнесу, оскільки ефективність діяльності в умовах сьогоденної конкуренції залежить від здатності створювати й активно запроваджувати організаційні, технічні, маркетингові та інші інноваційні заходи, які створюють інноваційний потенціал [3].

Інноваційний потенціал у комплексі описує можливості підприємства запроваджувати інноваційну діяльність. Таким чином, управління інноваційним потенціалом має бути основним завданням для вітчизняних підприємств готельно-ресторанного бізнесу, бо ефективність діяльності в умовах конкуренції залежить від здатності створювати й активно запроваджувати організаційні, технічні, маркетингові та інші інноваційні заходи, які створюють інноваційний потенціал.

Дослідження інноваційного потенціалу та ефективність його використання повинні враховувати комплекс факторів зовнішнього і внутрішнього впливу, але на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу, які наближені до споживача, у першу чергу, необхідно направляти зусилля на

цільові фактори соціально-економічного становища працівників, розвивати їх інтелектуальну складову та творчу активність. Загалом в економічній теорії представлені наступні елементи структури інноваційного потенціалу підприємства – науково-технічний, виробничий, технологічний, кадровий, мотиваційний, інтелектуальний, інформаційний, комунікаційний, фінансовий та ринковий потенціали.

Існують проблеми ефективного використання і розвитку інноваційного потенціалу готельно-ресторанного підприємства, а саме: нестача фінансових ресурсів та застаріла матеріально-технічна база готельно-ресторанних підприємств; постійний пошук кваліфікованої робочої сили; недосконалість законодавства, яке регулює інноваційну діяльність готельно-ресторанного бізнесу; високий ступінь зносу технологічного обладнання, устаткування, матеріально-технічних засобів закладів готельно-ресторанного бізнесу; нерациональність методики оцінки ефективності інноваційної діяльності; відсутність ресурсів підтримки інноваційної діяльності для підприємств.

#### *Література:*

1. Богма О.С. Сутність інноваційного потенціалу підприємства / О.С. Богма // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 1(9). – С. 12–15.
2. Бунтова Н. Інноваційний шлях розвитку підприємств готельної індустрії України / Н. Бунтова // Науковий вісник демократичне врядування. – 2016. – № 12. – С. 65–71.
3. Бурій С.А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / С.А. Бурій // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2014. – № 5. – Т. 2. – С. 201–205.

**ГРУШЕЦЬКА Л.**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: к.п.н., доцент Носова І.О.

## **ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ГОСПОДАРСТВ В УМОВАХ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ**

Серед глобальних проблем сучасності одним з найбільш актуальних є пришвидшення науково-технічного прогресу та збільшення інтенсивності використання всіх видів ресурсів. Відповідно економічний розвиток держави без врахування соціальних аспектів може призвести до катастрофічних наслідків. В умовах, коли суспільство створює активне середовище впливу на бізнес через споживче сприйняття, культурні цінності, соціальні норми, заклади сфери гостинності опинились у становищі коли методи управління діяльністю потребують перегляду, удосконалення, оновлення через узгодженість із соціально-орієнтованим розвитком економіки.

Проблеми соціалізації економіки досліджували науковці Дж.К.Гелбрейт, Я.Корнаї, М.Мюрдаль, П.Самуельсон, А.Сміт, Дж.Стігліц, М.Фрідмен, Ф.Хайєк та інші видатні економісти. Відображення проблем соціальної орієнтації



перехідної економіки та аналіз форм і методів реалізації соціальної політики досліджували українські вчені В.Базилевич, Л.Бесчасний, О.Беляєв та інші.

Незважаючи на глибину наукових досліджень управління діяльністю готельних господарств, орієнтованих на активізацію ділової активності всередині підприємства, питання адаптації їх діяльності до соціального профілю зовнішнього середовища залишаються ще мало розробленими.

Питання соціальної відповідальності бізнесу перед громадою в умовах сучасності є дуже актуальними. При цьому активна соціальна позиція підприємців має полягати в:

- гармонійному співіснуванню;
- взаємодії та постійному діалозі із суспільством;
- участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Соціальну відповідальність науковці розглядають як певний рівень добровільної безкорисної підтримки вирішення соціальних проблем з боку підприємця [1].

Досліджуючи світовий досвід можна виділити такі основні критерії соціально відповідального бізнесу:

1. Виконання вимог міжнародного державного і регіонального законодавств.
2. Виробництво та надання якісних товарів і послуг.
3. Реалізація корпоративних програм: підвищення фаху співробітників; охорони та зміцнення їх здоров'я; морального та матеріального стимулювання персоналу.
4. Реалізація благодійних проектів.
5. Формування позитивного іміджу підприємства.

Однак на сьогодні у суспільстві поки що не розроблено порядок прямого задоволення потреб підприємця від естетично зробленого соціально необхідного продукту та послуг. Практика господарювання в умовах соціалізації вказує, що економіка повинна ґрунтуватись на:

- етиці трудових взаємовідносин;
- нормах організаційної поведінки;
- зобов'язаннях партнерів;
- економічно обґрунтованих заробітках найманих працівників.

Останнім часом сфера гостинності, як і інші галузі розвивається під впливом соціальних процесів, що відбуваються в Україні. Найбільш ефективними заходами, які б поширювали принципи соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві та стимулювали комерційні організації до вирішення соціальних проблем можна виділити наступні:

- створення сприятливих організаційно-правових умов для діяльності суб'єктів господарювання;
- цільова фінансова підтримка недержавних суб'єктів соціальної політики;
- акумулювання наявної інформації у сфері соціального підприємництва та адаптація закордонного досвіду.

Проведене нами дослідження показало, що найбільш типові заклади у сфері гостинності Херсонщини створюються на основі можливості використання наявних ресурсів. У організації їх господарської діяльності можна виділити такі проблеми:

- їх діяльність має сезонний характер;
- примітивне розміщення й проживання гостей закладу;
- антисанітарія, що наносить збиток навколишньому середовищу.

Вирішення цих проблем може бути здійснено за рахунок формування таких господарських структур, які узгоджені у часі з трансформацією суспільної свідомості і соціальних цінностей [2]. Таким чином виникає потреба у подальших дослідженнях та розробки відповідного методичного інструментарію та рекомендацій щодо оцінки передумов розвитку готельних господарств.

#### *Література:*

1. Гришкін В. О. Науково-методологічні основи соціалізації економіки і забезпечення соціальної динаміки суспільства: Дис... д-ра екон. наук: 08.02.03 / Дніпропетровський національний ун-т. – Д., 2005. – 471 арк. : рис., табл. – Бібліогр.: арк. 350-385. 2
2. Горблюк Р.В. Кластери: теоретичне підґрунтя та перспективи розвитку / Р.В. Горблюк // Регіональна економіка. – 2010. – № 3. – С. 222 – 229.
3. Реутов В.Є. Формування кластерів підприємств як основа сталого регіонального розвитку: адаптація світового досвіду / В.Є. Реутов // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 5. – С. 25 – 27.

**КРАЄВСЬКА Є.,**  
студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.*

## **ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ**

У період переходу до інформаційного суспільства вивчення шляхів впровадження інновацій у систему управління персоналом підприємств готельно-ресторанної сфери, виявлення її особливостей, розробка рішень, спрямованих на підвищення ефективності реалізації нових аспектів діяльності працівників в організації, представляють істотний науковий і практичний інтерес і є актуальними.

Ефективним сучасним способом активізації поточної інноваційної активності персоналу є інноваційні майданчики, що не лише надають можливість поширювати інформацію про провідні розробки, але й розробляти і реалізовувати їх із залученням фінансування і організацію проектних груп. Основною ідеєю їх створення є підтримка нових ІТ– і web-технологій, перспективних радикальних інноваційних розробок їх же творцями [1].

Наразі у інноваційній системі управління персоналом, що стрімко розвивається на основі інформаційно-комунікаційних технологій, можна виділити наступні проекти:

1) «Корпоративний університет» – система навчання персоналу підприємств готельно-ресторанної сфери (традиційні та нетрадиційні форми бізнес-освіти, узагальнення досвіду знань та інновацій, які є інтелектуальною власністю);

2) «Кар'єрний портал» – Інтернет-Ресурс, інтегрований із соціальними мережами (потенційний кандидат на перспективні позиції в організації використовує інформаційні портали, блоги, веб-тести і веб-ігри) [2];

3) «Віртуальна школа» – внутрішній портал організації (будь-який співробітник у режимі «онлайн» знайомитися з лекціями фахівців готельно-ресторанної сфери, вчиться за дистанційними програмами західних бізнес-шкіл, бере участь у дистанційних ділових іграх і веб-семінарах);

4) «Соціальна карта співробітника» – програма «немонетарної мотивації» співробітників (формування віртуальних рахунків співробітників у «соціальному бюджеті» фірми, вибір пільг за заздальгідь встановленою диференціацією їх вартості та ін.);

5) «Гейміфікація» як новітня бізнес-концепція, що базується на застосуванні підходів, характерних для комп'ютерних ігор у програмних інструментах для неігрових процесів і використанні кращих ідей програм лояльності, ігрових механік і поведінкової економіки у реальних бізнес-процесах (головними сферами гейміфікації є HR, IT і маркетинг-підприємств і сприяє підвищенню ефективності управління, насамперед у сфері ITSM) [3].

Сценарії внутрішньої гейміфікації використовуються підприємствами готельно-ресторанної сфери, для поліпшення продуктивності усередині організації: заохочення інноваційних рішень, поліпшення відносин усередині колективу і досягнення бізнес-цілей за допомогою власного персоналу. Покоління «Y» («покоління Миленіума» або покоління «next») сьогодні активно займає ряди працездатного населення і ця категорія людей характеризується, у першу чергу, захопленістю цифровими технологіями, невизнанням так званих загальних правил, вони еґоїстичні, більш ініціативні, ніж покоління «X» (що виросло в умовах підвищених вимог до академічних знань і у економічному середовищі, пов'язаному із високим культом споживання та більш скептичного сприйняття нових технологій) [4]. У будь-якій сучасній компанії два покоління працюють разом, тому управління такими співробітниками потребує впровадження принципово нових, більш ефективних інструментів, які функціонують на усіх рівнях корпоративної ієрархії. Сьогодні у якості зовнішнього інструмента HR-брендингу гейміфікація використовується для залучення персоналу і його мотивації працювати на результат.

Завдання керівництва полягає в підготовці персоналу підприємств готельно-ресторанної сфери до поняття і прийняттю необхідності здійснення нововведення, індивідуальної та колективної значимості нововведення, а також

включення працівників у здійснення нововведення. Необхідно враховувати, що персонал організації може надавати опір нововведенням з причин невизначеності, відчуття втрат і впевненості негативності їх. У зв'язку з цим потрібна повна і достовірна інформація про впровадження інноваційного процесу в колективі всіма наявними комунікаційними засобами.

В даний час в сучасних компаніях слід визначити як основні інноваційні елементи системи управління персоналом – це розвиток персоналу, робота з кадровим резервом і вдосконалення корпоративної культури.

#### **Література:**

1. Єлістратова Е. Н. Застосування механізмів інноваційного впливу до системи управління персоналом організації / Є. М. Єлістратова // *Економічні науки*. – 2016. – №46. – С. 249-255.
2. Суровикино Н. В. Система управління персоналом як інновація / Н. В. Суровикино [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://personaldept.h12.ru/nomer1/supinn1.html>.
3. Єсіна Т. Гейміфікація як зовнішній і внутрішній інструмент HR-брендингу / Т. Єсіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://planetahr.ru/publication/6876>.
4. Шатілова Е. Гейміфікація в бізнесі: have fun and become winner / Е. Шатілова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pryaniky.com/Home/BusinessGamification>.

**НОСОВА І. О.,**

к.п.н., доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,  
Херсонський державний університет

## **ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ ХЕРСОНЩИНИ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ**

Економічні, соціальні та адміністративні реформи, спричинені інтеграцією України в ЄС, викликали потребу в системному дослідженні загальних і специфічних властивостей готельного господарства в регіонах, його організації, закономірностей розвитку й керування, міжгалузевих й інфраструктурних взаємозв'язків. Основні питання функціонування готельної індустрії висвітлені у працях С. Байлика, Т. Ковальчука, Ф. Котлера, А. Мазаракі, М. Мальської, М. Портера, І. Пріянчука та ін.

Дана сфера національної економіки, враховуючи можливий здійснюваний ефект, існуючі туристичні умови та наявні природні ресурси, є пріоритетною та доволі перспективною для України.

Відповідно це потребує здійснювати різнопланові дослідження, спрямовані на раціональне й ефективне планування та використання наявного туристичного потенціалу. На думку багатьох науковців, серед першочергових заходів важливе значення має дослідження туристичних потоків. На виняткову значущість оцінки туристичних потоків та способів управління ними звертає увагу І. Карташевська, М. Мальська та ін.

Світовий ринок туризму у цілому характеризується такими тенденціями: посилення ефекту глобалізації, загальний ріст конкуренції, зміни структури споживачів, ріст кількості індивідуальних туристів, активний розвиток специфічних видів туризму та зниження за рахунок ефекту сезонності, розвиток сучасних інформаційних технологій.

Актуальність дослідження полягає у визначенні шляхів підвищення ефективності експлуатації, готельного господарства і туристсько-рекреаційних ресурсів Херсонської області, можливість переведення їх у ефективне джерело доходів України.

Досліджуючи туристичну галузь України та перспективи її розвитку великого значення набувають вирішення питань задоволення всіх потреб туристів, відпочиваючих, бізнесменів, забезпечення комфортності їх проживання, високої якості обслуговування, тобто створення атмосфери гостинності.

Саме готельні господарства у економіці країни є основою індустрії гостинності які в структурі індустрії туризму виконують ключові функції, формують і пропонують споживачам комплексний готельний продукт, у просуванні якого беруть участь всі сектори й елементи туризму.

Туризм також слід розглядати як стратегічний напрямок розвитку Херсонської області, виокремлюючи його у якості одного з лідерів ринку лікувальних, оздоровчих і туристських послуг України та джерела стійкого соціально-економічного розвитку регіону. За туристичний сезон 2017 року близько 3,5 млн. туристів, відпочиваючих та екскурсантів відвідали область, що більше на 10% у порівнянні з показником 2016 року.

Проведене нами дослідження дозволило визначити, що у теперішній час в Херсонській області спостерігаються наступні негативні тенденції розвитку сфери гостинності:

- диспропорція категорійності засобів розміщення з переважанням засобів низького та середнього рівня,
- змінення спрямованості туризму на розважання замість оздоровлення,
- переважання неорганізованого ринку засобів розміщення та неорганізованих туристів,
- надлишкова концентрація освоєних ресурсів у прибережній зоні,
- погіршення екологічного стану,
- низький рівень розвитку інфраструктури,
- висока сезонність засобів розміщення,
- низький рівень ціни/якості готельного продукту,
- недостатня кількість кваліфікованого персоналу,
- низький рівень інвестиційної активності,
- нерозвинутий імідж Херсонської області.

Відповідно аналіз розвитку підприємств готельного господарства Херсонщини дозволяє оцінити особливості функціонування готельних підприємств та визначити тенденції їх розвитку на майбутнє.

Основні задачі які ще потребують свого дослідження:

- визначення стратегічного бачення розвитку курортної зони Херсонщини у короткостроковій та довгостроковій перспективах;
- комплексний моніторинг ресурсного потенціалу розвитку сфери гостинності і туризму, сучасного стану і тенденцій розвитку готельного бізнесу Херсонської області;
- виявлення проблем;
- оцінка конкурентних переваг і обмежень розвитку;
- оцінка альтернативних варіантів розвитку готельного господарства Херсонщини;
- обґрунтування шляхів реалізації.

Відповідно визначення перспектив розвитку готельного бізнесу курортної зони Херсонської області сприятиме вирішенню наступних основних проблем:

- підвищення податкових надходжень,
- ріст супутніх галузей,
- підвищення рівня зайнятості населення,
- ріст інвестиційної активності,
- оптимізація використання природних ресурсів,
- покращення екологічного стану тощо.

#### *Література:*

1. Програма соціально-економічного та культурного розвитку Херсонської області на 2018 рік. Сайт Херсонської обласної державної адміністрації [kanс@khoda.gov.ua](mailto:kanс@khoda.gov.ua).
2. Статистичний збірник "Колективні засоби розміщування в Україні" 2017р. Режим доступу: [ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/05/zb\\_kzr\\_2017.pdf](http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf).
3. Статистичний збірник «Туристична діяльність в Україні» 2017 р. Режим доступу: [ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/05/zb\\_td\\_2017.pdf](http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_td_2017.pdf).

**ОРЛЕНКО О.В.,**

д.е.н., доцент

професор кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,  
Херсонський державний університет

## **ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ ПАКЕТНИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ**

Попит на готельні послуги має нерівномірний і сезонний характер, тому готелі, мотелі, кемпінги повинні мати достатній резерв номерного фонду, а також матеріальних і трудових ресурсів. Постійна готовність підприємств готельного господарства до зустрічі й обслуговування туристів потребує одночасної присутності впродовж доби адміністратора, реєстратора, портьє, носіїв багажу, покоївок та ін. Це значно зменшує ефективність використання праці персоналу. Однак вітчизняний та зарубіжний досвід свідчить про можливість подолання цього протиріччя. Наприклад, шляхом запровадження бригадної організації праці за принципом суміщення професій [1].

Характерною особливістю сучасного готельного обслуговування є централізація реалізації послуг. Великі готельні об'єднання формують спеціалізовані ланки для реалізації основних послуг. Тому частина операцій у процесі обслуговування туристів (попередній продаж, резервування місць тощо) виходить за рамки компетенції окремих ланок готельного господарства та зосереджується в спеціалізованих туристичних організаціях або самому підприємстві. Отже, на якість обслуговування в готелях впливає діяльність посередницьких ланок, що реалізують їхні основні послуги.

Компанія Expedia Group провела дослідження, в якому вивчила економічні показники, тенденції та переваги продажів пакетних пропозицій в контексті готелів. Згідно з отриманими даними, в разі бронювання гостями пакетних пропозицій середня ціна за номер (ADR) досягає більш високої позначки. Дослідження показало, що мандрівники, які отримують пакетну пропозицію платять в загальній складності на 30% більше в перерахунку на ADR, ніж ті, хто бронює послуги розміщення окремо. При цьому бронювання здійснюється в середньому на місяць раніше, а скасовують його прихильники придбання пакетів в 2,6 рази рідше. У випадку з закордонним туризмом вартість номера починає рости до 30%, бронювання здійснюється за два місяці і більше до заїзду, а скасування трапляється в чотири рази рідше [2].

Стандартні пакети є найкращим методом покращити видачу вашого сайту або пропозиції на сторінках результатів пошуку. Найчастіше користувач вводить свій пошуковий запит, використовуючи певні терміни, фрази або ключові слова. Правильне використання ключових слів і стратегія оптимізації SEO дозволять мандрівникам знаходити ваші пропозиції набагато легше і швидше. Наприклад, ви можете створити стандартний пакет для молодят, який буде актуальний протягом всього року. Додайте в пакет кілька додаткових послуг, які будуть затребувані у молодят і виділять вашу пропозицію на тлі конкурентів. Налаштувавши належним чином сторінку з його описом, ви зможете залучити набагато більше замовлень. Крім того, подібні пакети зручно просувати за допомогою бамперної реклами (ролик в форматі bumper ads). Реклама являє собою шестісекундним відеоролики, які враховують поточні інтереси користувачів.

У готелях широко застосовуються різні системи знижок, надання яких стало правилом. Що стосується конкуруючих готельних підприємств, то середні розміри знижок і умови їх надання у них майже однакові. Ціна може залежати від відсотка зайнятості номерів в готелі. Вартість також залежить від сезону і дня тижня. Бувають періоди високого (High season) і низький попит (Low season). У деяких європейських готелях в період, коли завантаження значно знижується через новорічних свят, були розроблені наступні пакети послуг: Christmas package – проживання в готелі зі значною знижкою і різдвяний подарунок; New Year package – проживання в готелі зі значною знижкою і новорічний подарунок; Shopping in the city – проживання в готелі зі значною знижкою, безкоштовний сніданок, шопінг в торговому комплексі з персональним консультантом.

У вихідні та святкові дні столичні готелі, особливо бізнес-готелі, порожніють, ділові люди роз'їжджаються. Необхідно зменшити ціни на номери в ці дні і запропонувати спеціальний пакет послуг для проведення вихідних, днів народження та весіль в готелі. Це дозволить залучити в готель жителів міста і зберегти рівень завантаження. Ціна може залежати і від часу доби. Прикладом може служити денний використання номера (Day use). Щоб зменшити простої, деякі готелі дозволяють проживання в денний час (до 16.00) з оплатою половини вартості номера.

Розділ комп'ютерної програми Guest History дозволяє отримати інформацію про гостя: номери яких категорій він займав, в які періоди, які мав особливі побажання і переваги і т.д. Залежно від кількості прожитих в готелі днів і статусу гостя визначається розмір знижок і перелік знаків уваги йому. Можливий варіант, коли після проживання великої кількості днів в готель надає можливість одноденного безкоштовного проживання. Комп'ютерна програма містить також інформацію про те, яка компанія скільки поставила клієнтів, які номери були зайняті (за категоріями і вартості) по днях, місяцях, роках [3]. Достатньо часто пакет дає легкий поштовх до того, щоб потенційний гість забронював номер. Грамотне формування пакетних пропозицій – основа будь-якої маркетингової і продажної стратегії. Крім того, в умовах жорсткої конкуренції готельної індустрії, мандрівники самі сподіваються, що їм буде запропоновано щось особливе і відповідне їх індивідуальних запитів. Зараз на ринку достатньо інструментів і програмних рішень, які допомагають створити продукт, який повністю відповідає очікуванням і потребам гостей конкретного готелю.

#### *Література:*

1. *Гостиничный бизнес в Украине: тенденции и перспективы [Электронный ресурс] режим доступа: <http://www.mayger.ua/ru/analitika/gostinichnyj-biznes-v-ukraine-tendentsii-i-perspektivy>*
2. *Агафонова. Л. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: Київський ун-т туризму, економіки і права / Л. Агафонова, О. Агафонова. – К.: Знання України, 2015. – 351 с.*
3. *Федосова Е.С. Современные системы автоматизации управления в гостинично-ресторанном бизнесе / Економіка харчової промисловості. – 2016. – № 2 (6). – С. 41.*

**ПЛАСТУНА А.А.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет

*Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.*

## **СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ МЕРЕЖЕВИХ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ**

Готельний бізнес має вагомий вплив на світову економіку, і безперечно, є одним з важливих складових сфери послуг в Україні. Функціонування готельного господарства сприяє поживленню туристичної індустрії країни та

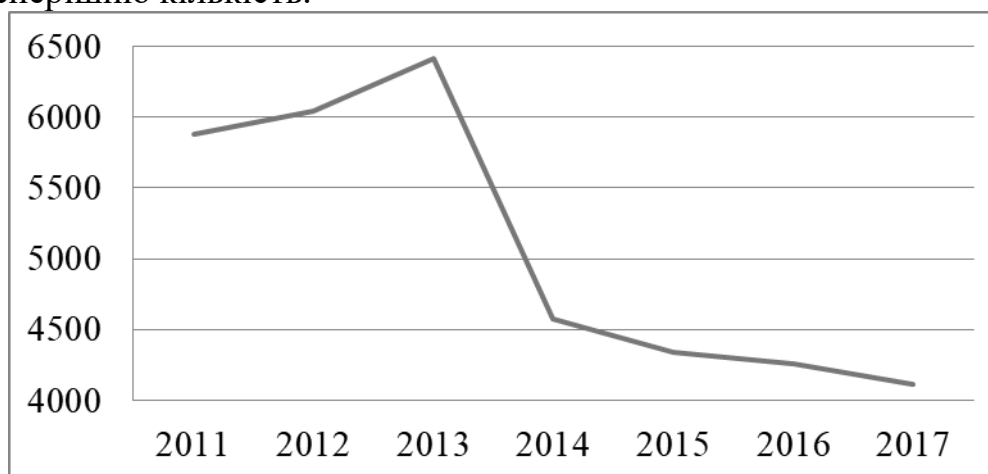


окремих її регіонів. Поява ринку готельних послуг національних та міжнародних мереж сприяє створенню конкурентного середовища та підвищенню якості готельних послуг.

Діяльність національних готельних операторів на вітчизняному ринку вже довела свою конкурентоспроможність і можливість подальшого освоєння міжнародних ринків. Нині вихід національних готельних операторів на європейський готельний ринок та на міжнародний ринок загалом можна розглядати як двостороннє співробітництво з метою зміцнення розвитку конкурентоспроможної туристичної галузі країни, як генератора економічного зростання і стимулювання економіки, зайнятості та валютних надходжень. У зв'язку з цим тема є актуальною та потребує подальшого теоретичного та практичного вивчення [1].

Значний внесок в дослідження стану готельного господарства та туризму, зробили такі науковці, як: Т. Басюк, Л. Бортник, М. Босовська, Р. Браймер, Г. Горіна, В. Катькало, В. Шемракова, М. Мальська, І. Пандяк, Т. Марущак, В. Семенов, О. Білега, Ф. Гоу, Р. Пайн та інші. Дослідженню питань організаційно-правового механізму формування готельних мереж і систем франчайзингу присвячені роботи І. Арбузової, Г. Андрощук, Г. Муніна, С. Нечепуренко, Т. Степанової, В. Татарінова, А. Цират та ін.

Сфера готельного бізнесу в Україні, у наш час переживає складний період. На кінець 2017 року загальна кількість засобів розміщування в Україні налічує 4115 одиниць [2]. На Рис. 1. можна побачити, що найбільший показник кількості готельних підприємств був у 2013 році – 6 411 одиниць, що на 35,8% більше за теперішню кількість.



**Рис. 1. Динаміка основних показників колективних засобів розміщування**

Британські фахівці, провівши дослідження визначили, що при об'єднанні готелів у ланцюги, прибутковість одного номера стає в середньому в 7 разів вище, ніж у незалежних готелях [3]. Саме тому створення готельних мереж із кожним роком набуває все більшої популярності.

Національні готельні мережі мають ряд переваг порівняно з міжнародними, оскільки вони більш адаптовані до місцевого ринку, обізнані в законодавчій базі країни, краще розуміють місцеві традиції, особливості

споживачів, адаптовані та швидко реагують на зміни ринку. На готельному ринку України існує три найбільш розвинуті національні готельні мережі. Характеристика національних готельних мереж наведена в Табл. 1.

Аналізуючи національні готельні мережі, можна зробити висновок, що готелі Premier Hotel та Royal Hospitality Group розташовані в таких найбільших індустріальних містах України, як: Київ, Харків, а також рекреаційних зонах Західної України. А готелі мережі Reikartz Hotel Group націлені на всі області і на даний момент – є найбільшою мережею України, яка орієнтована на середній клас споживачів. Готелі цієї мережі охоплюють 80% регіонів України.

Таблиця 1.

### Національні готельні мережі

Назва мережі/вид готельного оператора	Кількість готелів, які входять до складу мереж
Premier Hotel	16
Reikartz Hotel Group	41
Royal Hospitality Group	10
Усього в Україні	67

У перспективі готельний бізнес повинен стати провідним чинником активізації туризму, інтеграції держави у світові структури міжнародного співробітництва, зростання значення національної культури.

Розвиток міжнародних готельних мереж та їх вітчизняних аналогів доводить, що для побудування сильної національної туристичної індустрії, органічною частиною якої є готельні мережі, необхідно подолати ряд проблем, які потребують негайного вирішення шляхом збільшення обсягів в'їзного туризму, надання готельних послуг на рівні сучасних міжнародних стандартів, підтримка підприємств готельних мереж, кваліфіковані фахівці у сфері готельного господарства, стабілізації економічної та політичної ситуації в країні.

### Література:

1. Горіна Г. О. Міжнародні готельні мережі: стратегії розвитку в умовах глобалізації : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спеціальність 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. Донецьк, 2011. С. 20.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>
3. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 381 с.

**ПРИХОДЦЕВА В.О.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ IRT MULTI-TOUCH TABLE В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Протягом останніх п'яти років індустрія харчування зазнала значних змін. Основним трендом стала демократизація ресторанів – вишукана кухня, яку можна було спробувати лише у фajn-дайнінгу, тепер доступна в закладах різного класу. Настає час фуд-маркетів, які об'єднують нові оригінальні концепції. Сьогодні, щоб утримати постійних клієнтів та залучити нову публіку, закладам ресторанного господарства не достатньо якісної їжі та стильного інтер'єру. Саме тут в нагоді стають інноваційні технології – нові маркетингові кроки, що створюють конкурентні переваги закладів харчування.

Так на ринку світових ресторанних послуг з'явилися інтерактивні столи, створенням яких нині успішно займається українська компанія Дмитра Костики Kodisoft. Використання великого touch – екрану як поверхні для приймання їжі не є власне українською розробкою, однак фахівці Kodisoft змогли вдосконалити технічні характеристики інтерактивних столів, створивши конкурентний продукт. Головна особливість українських інтерактивних столів не стільки у вау-ефекті, скільки в тому, що вони змінюють принципи ведення ресторанного бізнесу: додають у традиційний оффлайн-бізнес е-commerce-інструменти, та надають можливість заробляти на рекламі та кросс-сейлі стільки ж, скільки й на їжі.

IRT Multi-touch Table – це інтерактивний стіл, що має стандартні габарити 120x70 сантиметрів, розрахований на чотирьох осіб. Екран діагоналю 52 дюйми займає майже всю поверхню столу. Матеріал стільниці та ніжок столу може змінюватись за бажанням замовника, створюються варіанти з металу, пластику, дерева. У столі використовується матриця MPVA з кутами огляду, близькими до 180 градусів. Енергоспоживання одного такого «розумного столу» складає 230 – 260 ватт.

Стіл поставляється з 16-ю встановленими програмами. Ключові – замовлення їжі і камера спостереження за кухнею і баром. Крім них – ігри для одного або компанії, Facebook, додатки інтерактивного малювання, онлайн-трансляції (за столом можна, наприклад, подивитися трансляцію футбольного матчу). Найпопулярніший додаток у користувачів – камера. Люди люблять спостерігати за тим, як готується їжа, з'ясували дослідним шляхом в Kodisoft.

Звісно ж такі технології вимагають значних попередніх витрат від власників закладу, адже встановлення, налаштування, навчання персоналу закладу ефективному використанню столів та подальше технічне обслуговування вартісного обладнання коштує не дешево. На західному ринку

такі технології окуповуються за 1 – 1,5 років, на українському ж ринку очікувана окупність 3 – 3,5 років.

Головною перевагою технології IRT Multi-touch Table є прибуток. Використовуючи інтерактивні столи заклади ресторанного господарства можуть збільшити дохід від основних послуг в середньому на 32%. Це відбувається за рахунок візуалізації меню закладу. Доведено, що відео – матеріали із презентацією страв збуджують апетит гостей закладу, що, в свою чергу, призводить до більшої активності замовлень. Система забезпечує повний контроль замовлень: обслуговування починається відразу, офіціант не може нічого самостійно продати, фіксується час виконання замовлення. Це допомагає у керуванні бізнесом загалом, а також у проведенні аналізу ошадливого виробництва – мінімізація витрат шляхом оптимізації процесу обслуговування.

Близько 52% додаткових прибутків заклад харчування може отримати також за рахунок реклами та комісії від перехресних продажів. Наприклад, кнопки керування на столі можуть бути у формі логотипу харчового бренду, а меню додаткових послуг може включати реалізацію квитків у найближчий кінотеатр, розважальний центр. У вже функціонуючих закладах із інтерактивними столами великою популярністю користується додатковий продаж квітів та біжутерії через меню столів, прибуток від цих продажів становить 18% від загального. Додаткову економію закладу приносить також зменшення витрат на оплату праці. Адже, в середньому, такі заклади для обслуговування гостей потребують в три рази менше робітників залу, ніж їх традиційні конкуренти.

Однак, як і всі технологічні винаходи, інтерактивні столи мають й свої недоліки, головним з яких є значна вартість замовлення, монтажу, налаштування та ремонту обладнання. До того ж, безготівковий розрахунок вимагає заклад передчасно включати «чайові» у вартість страв, що впливає на формування цін, вищих за ринкові та зменшує конкурентну перевагу ресторану.

Отже, в результаті проведеного дослідження було сформульовано основну ідею технології інтерактивних столів IRT Multi-touch Table від компанії Kodisoft та представлено огляд основних технічних характеристик винаходу. Аналіз сильних та слабких сторін обладнання виявив значні конкурентні переваги, що отримують заклади харчування, впроваджуючи досліджувану систему. Використання IRT – системи є чітко спланованим та розрахованим маркетинговим кроком, що дозволяє закладам ресторанного господарства досягти головної мети підприємництва – отримання прибутків.

#### *Література:*

1. Афанасьєва К. Інтерактивні столи українського виробництва. [Електронний ресурс]: Digital Signature UA – Режим доступу: <http://digitalsignage.ua/ru/2017/08/interactive-tables-of-ukrainianproduction-ru/>.
2. Семенчук В. В. Мобильное приложение как инструмент бизнеса / В.В. Семенчук – Москва: Альпина Диджитал, 2017. – 270 с.
3. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов – Москва: МИФ, 2016. – 240с.

**ПРОНІН В.О.,**

студент 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет

*Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.*

## **ОСОБЛИВОСТІ ВІДКРИТТЯ КЕЙТЕРИНГОВОЇ КОМПАНІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Сучасний ритм життя вимагає все частіше економити свій час і дуже часто ця економія негативно позначається саме на обідній перерві. Тому в суспільстві виникає запит на доставку обіду безпосередньо на місце роботи.

Кейтеринг – галузь громадського харчування, пов'язана з наданням послуг на віддалених точках, що включає всі підприємства і служби, що надають підрядні послуги з організації харчування співробітників компаній і приватних осіб в приміщенні і на виїзному обслуговуванні, а також здійснюють обслуговування заходів різного призначення і роздрібний продаж готової кулінарної продукції [1].

Слід зауважити, що основними вимогами щодо роботи суб'єктів господарської діяльності, що здійснюють діяльність на території України у сфері ресторанного господарства, закріплено в Правилах роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства № 219 [3], розроблених відповідно до Законів України “Про захист прав споживачів” і “Про безпечність та якість харчових продуктів”. Оскільки в ДСТУ 4281:2004 “Заклади ресторанного господарства. Класифікація”, кейтеринг віднесено до підприємств ресторанного господарства, Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства № 219 поширюються і на діяльність підприємств кейтерингу. Зокрема, до основних вимог, наведених в правилах і які безпосередньо мають виконуватися підприємствами кейтерингу, чи ресторанами, які надають послуги кейтерингу, відносять [5]:

- розрахунки за продукцію й надані послуги в закладах ресторанного господарства здійснюються за готівку та/або в безготівковій формі з застосуванням реєстраторів розрахункових операцій або зареєстрованих у встановленому порядку розрахункових книжок;

- в ході приймання попереднього замовлення на обслуговування суб'єкти господарської діяльності зобов'язані гарантувати виконання його замовлення в узгоджені з замовником строки;

- на торговельно-технологічне обладнання, інвентар і посуд суб'єкт господарської діяльності повинен мати сертифікат відповідності;

- усі працівники, зайняті в ресторанному господарстві, повинні мати особові медичні книжки, професійну спеціальну освіту та повинні бути забезпечені на робочих місцях технологічними картами;

- під час виготовлення продукції повинні дотримуватися технологічні режими виробництва продукції, визначені нормативною документацією

(збірниками рецептур страв, кулінарних, борошняних кондитерських і булочних виробів, затвердженими в установленому порядку, державними стандартами, технічними умовами, а також Санітарними правилами);

- забороняється встановлювати мінімум вартості замовлення й пропонувати споживачу обов'язковий асортимент продукції, а також виготовляти продукцію з продовольчої сировини, наданої замовником.

Тому, організовуючи будь який захід, досвідчені менеджери і адміністратори не обмежуються турботою про блискуче виконання цього замовлення. Головна їх мета – стратегічна: зробити все настільки добре, щоб клієнт не шукав іншу кейтерингову компанію у майбутньому, а став постійним клієнтом. Сьогодні кейтерингові послуги надають як окремі компанії, так і ресторани. Різниця в тому, що для самостійних структур – це основний вид бізнесу, а для закладів ресторанного господарства – додатковий заробіток. Якість роботи підприємства визначають грамотний персонал, правильно розроблене меню, наявність необхідного устаткування та інвентарю, уміння створити атмосферу.

Кейтерінг сьогодні одна з найяскравіших, багатогранних та динамічних галузей ресторанного господарства. Відмінні риси – виняткова мобільність, велика різноманітність кухні та комплекс послуг. Мобільність – суть кейтерінгу (тобто виїзний ресторан). Тепер ресторан сам приходить до клієнта – в будь-яке місце в призначений час. Тенденція в кейтерінгу – концептуальні заходи, де кухня, оформлення інтер'єру, музика і навіть запахи підпорядковані єдиному стилю.

Перший вид кейтерінгу – один із найбільш популярних видів і багато в чому схожий на традиційне ресторанне обслуговування (банкет). Крім організації стола клієнт отримує в розпорядження приміщення, спорядження у відповідності з потребами і тематикою заходу. Таке приміщення називається банкетним залом. Найголовнішою його перевагою є те, що все необхідне спорядження розміщено в будівлі, де проходить банкет. Можливість використання інвентарю дозволяє зекономити час для підготовки заходу, пов'язане з доставкою, установкою і настройкою необхідного обладнання.

Досить популярний так званий контракт на поставку, або корпоративний кейтерінг. Деякі компанії, піклуючись про харчування своїх працівників, звертаються за послугами в ресторанний комплекс. Існує декілька напрямів цього обслуговування: приготування обідів в офісі клієнта, доставка напівфабрикатів з подальшим доведенням страв до готовності і роздачею, доставка готових обідів в одноразовій посуді. З цього приводу контракти на поставку стають виключно вигідним вкладанням грошей. Ресторанний кейтерінг, без сумніву, яркіший, красивіший і швидший.

Соціальний кейтерінг. Надання послуг рестораном на території замовника з використанням його обладнання. Замовник і ресторан, який надає послугу соціального кейтерингу, узгоджується дата, меню, сервірування та спосіб обслуговування. Послугами соціального кейтерингу користуються при організації сімейних урочистостей з невеликим кількістю запрошених (від 10 до

50 осіб). Для обслуговування сімейного свята потрібно 4-5 осіб (один досвідчений кухар і один-два помічники, один офіціант і один бармен). Таким чином, перевага соціального кейтерингу – невеликі накладні витрати і відсутність витрат на обладнання. Підприємство громадського харчування може надати замовнику згідно договором лише окремі предмети для сервірування столу і аксесуари для додання елегантності столу.

VIP-кейтеринг. Виїзне ресторанне обслуговування із залученням висококваліфікованих кухарів, офіціантів. Готують страви у приміщенні замовника під його наглядом [2].

Правильна організація кейтерингу включає в себе не тільки мистецтво приготування різноманітних страв, але і барвисте оформлення столу, вміння ефектно подати страви і врахувати усі нюанси при проведенні будь-яких урочистих і ділових заходів.

#### **Література:**

1. П'ятницька Н. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства / Н. П'ятницька. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с. 3. Кейтеринг: Хмельницький та Хмельницька область. Золоті сторінки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.km.goldenpages.ua/otr/otr\\_rubric\\_of\\_restaurants\\_Ukraine](http://www.km.goldenpages.ua/otr/otr_rubric_of_restaurants_Ukraine).

2. Панасюк Н. В. Український ринок кейтеринга активно розвивається [Електронний ресурс] / Н. В. Панасюк. – Режим доступу : <http://cateringconhttp://cateringconsulting.ru/publications/ukrainskiy-rynok-keyteringaaktivno-razvivaetsya>.

3. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства [Електронний ресурс] : закон України : [затв. Наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/l>.

**ПИСЛАРУ І.О.**

студент 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.

## **СУЧАСНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДАХ**

В сучасних умовах у світовій управлінській практиці застосовуються різноманітні персонал-технології, моделі кадрового менеджменту, націлені на більш повну реалізацію трудового і творчого потенціалу для досягнення загального економічного успіху і задоволення особистих потреб працівників[1].

У сучасній науці і практиці управління персоналом в готельно-ресторанних закладах, як свідчить що, відбувається постійний процес вдосконалення, оновлення і пошуку нових підходів, концепцій, ідей в області управління людськими ресурсами як ключовим і стратегічним ресурсом ділових організацій. На вибір тієї чи іншої управлінської моделі впливають тип

бізнесу, корпоративна стратегія і культура, організаційне середовище. Модель, успішно функціонує в одній організації, може виявитися зовсім не ефективною для іншої, так як не вдалося її інтегрувати в організаційну систему управління.

Передові готельні корпорації ретельно розвивають і підсилюють почуття приналежності працівника до «корпоративної родини», залучаючи його, таким чином, до системи загальних цінностей компанії в межах її організаційної культури, основна функція якої полягає в «мобілізації свідомості людини на досягнення визначених цілей».

Такі вчені як: А. І. Кравченко, Р. Д. Хунагов, Д. Сільверман, Д. Томпсон розробили питання вдосконалення системи управління персоналом у готельному господарстві, яке пов'язане із впровадженням універсальних підходів. Питань організаційної культури торкалися М. Вебера, Т. Парсонс, Ч. Барнард, Саймонг, А. Петтигрю, В. В. Щербина та інші. Питання сфери послуг, менеджменту готелів розглянуті в роботах таких вітчизняних вчених і практиків, як Б. В. Авер'янов, Т. Г. Єрошкіна, М. В. Єфремова, В.А. Квартальнов, М.В. Кобяк, М.М. Нестерук, А.Л. Лесник, А.К. Маринин, І.П.Матицький, Г.А. Папирян, а також у працях закордонних фахівців з готельного господарства: Р. А. Браймер, С. А. Бейкер, П. Е. Діас, Р. Х. Буде, П. Котлер, В.Т.Умбрайт, Дж. Уокер тощо.

У практиці управління персоналом в останні роки чітко простежується переплітання різних його моделей: американської, японської та західноєвропейської. В цьому проявляється процес інтернаціоналізації сучасного менеджменту. В цілому сучасні моделі управління персоналом в готельно-ресторанних закладах можна розділити на технократичні, економічні, сучасні [2].

Фахівці та дослідники розвинених країн виділяють наступні моделі управління персоналом: управління по цілям; управління за допомогою мотивації; рамкову управління; управління на основі делегування; партисипативне управління; підприємницьке управління.

Управління за допомогою мотивації спирається на вивчення потреб, інтересів, настроїв, особистих цілей співробітників, а також на можливість інтеграції мотивації з виробничими вимогами і цілями організації. Кадрова політика при такій моделі орієнтується на розвиток людських ресурсів, зміцнення морально-психологічного клімату, на реалізацію соціальних програм.

Рамкова управління створює умови для розвитку ініціативи, відповідальності і самостійності працівників, підвищує рівень організованості і комунікацій в організації, сприяє зростанню задоволеності працею і розвиває корпоративний стиль керівництва.

Управління на основі делегування. Більш досконалою системою управління людськими ресурсами є управління шляхом делегування, при якому співробітникам передаються компетенція і відповідальність, право самостійно приймати рішення і здійснювати їх. В основі підприємницького управління лежить концепція інтрапренерства, що отримала назву від двох слів:



«антрепренерство» – підприємництво і «Інтро» – внутрішній. Суть даної концепції полягає в розвитку підприємницької активності усередині організації, яку можна представити як співтовариство підприємців, новаторів і творців.

Розгляд сучасних теоретичних концепцій з кадрового менеджменту та досвід практичної діяльності у ресторанному бізнесі доводять, що ключову роль в управлінні персоналом відіграє регламентація діяльності спеціалістів, які обіймають певні посади. Зазначимо, що під регламентацією діяльності розуміють створення документів, зокрема внутрішньо-організаційних, що містять вимоги як до виконуваної роботи, так і до працівників, що здатні цю роботу виконувати. Іншими словами, регламентацію діяльності здійснюють з метою визначення відповідності працівника та виконуваної їм роботи в умовах певних готельно-ресторанних закладів [3].

Дослідивши зарубіжний досвід управління персоналу фірми, можна виділити основні концепції управління персоналом: капітал вкладається не тільки в технологію, але і в кадри; координація активності співробітників забезпечується через взаєморозуміння і засоби комунікації; необхідне спільне рішення проблем колективом.

Набір і адаптація нових працівників має велике значення, оскільки саме на цьому етапі формується їх кадровий потенціал. При цьому існує проблема оптимального співвідношення нових співробітників і тих, які вже працюють у готельно-ресторанних закладів. Узагальнюючи досвід зарубіжних країн, можна сформулювати головну мету системи управління персоналом: забезпечення кадрами, їх ефективне використання, професійний і соціальний розвиток.

#### **Література:**

1. Балабанова Л. В. *Організація праці менеджера : навч. посіб.* / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – К. : Професіонал, 2017. – 304 с.
2. Данюк В. М. *Менеджмент персоналу готельно-ресторанних закладів: навч. посіб.* / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк ; за заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – К.: Вид-во КНЕУ, 2014. – 398 с.
3. Крушельницька О. В. *Управління персоналом: навч. посіб.* / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К. : Кондор, 2016. – 296 с.

**СЕРВУЛЯ С. В.,**

студент 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.

## **ПІДХОДИ ДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Сучасні умови господарювання, сформовані під впливом глобалізаційних та інтеграційних процесів, актуалізують залежність процвітання національних систем від формування конкурентоспроможних галузей, що відіграють роль мультиплікаторів економічного розвитку в масштабах окремих територій і

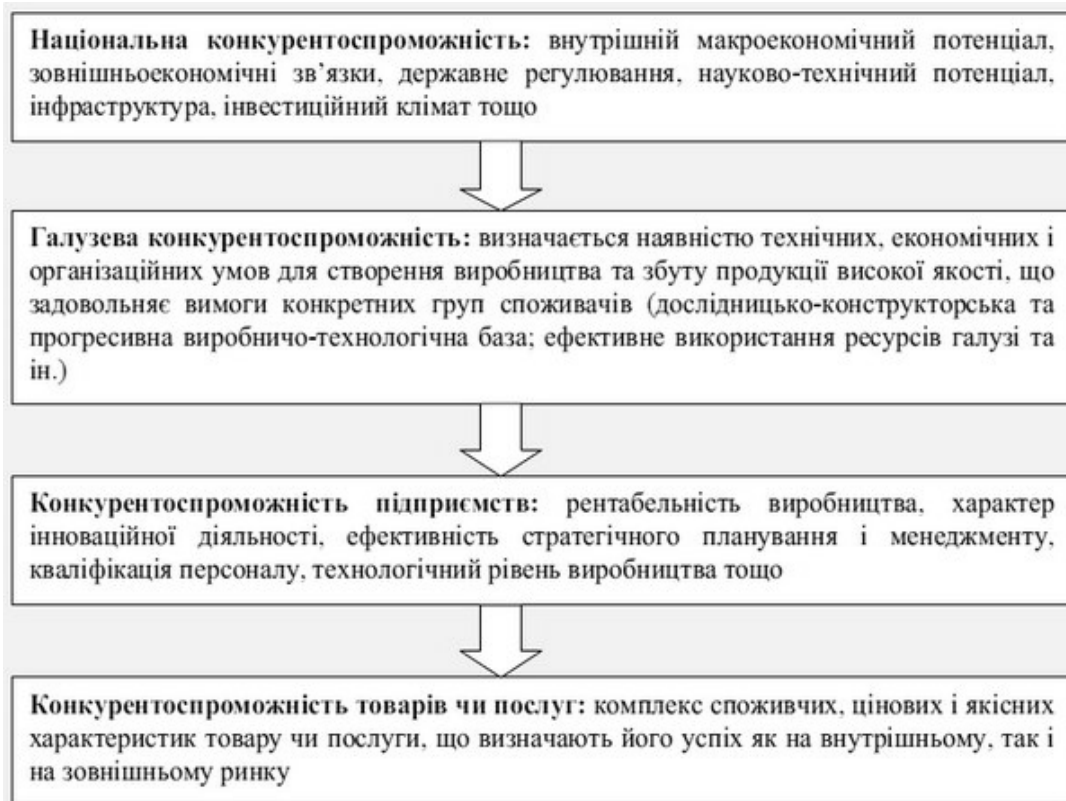
господарства в цілому. При цьому стало очевидним, що для різних сфер діяльності потрібні свої принципи підтримки і розвитку конкурентоспроможності, що враховують їх особливості [1].

Ефективне функціонування можливе завдяки конкурентним перевагам. Підвищення конкурентоспроможності стосується всіх рівнів ієрархії: продукції та послуг, галузі, регіону та держави в цілому, але особливої актуальності набуває конкурентоспроможність підприємства. Не зважаючи на велику кількість факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства, визначальним залишається його здатність продукувати якісну продукцію чи послуги та створювати сприятливі умови для їх просування на ринок.

Науково обґрунтованої й загальновизнаної дефініції «конкурентоспроможність» наразі не існує. Незважаючи на різні підходи до визначення суті поняття, всі дослідники відмічають порівняльний і часовий (динамічний) характер цього показника. Порівняльний характер означає, що конкурентоспроможність не є явищем, притаманним конкретному об'єкту (країні, галузі, підприємству, товару чи послугі). Вона не впливає з його внутрішньої природи, а проявляється тільки за умов порівняння даного об'єкта з іншими. Результатом цього порівняння є визначення рівня конкурентоспроможності. Часовий характер (динамічність) означає, що досягнутий в окремий проміжок часу рівень конкурентоспроможності об'єктом не може розглядатися як довгострокова характеристика його ринкової позиції незалежно від ефективності діяльності. Протидія інших суб'єктів господарювання, рішучість та активність їх конкурентних стратегій можуть призвести до втрати досягнутої позиції та зниження рівня конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність – це складне багаторівневе поняття, аналіз і оцінку якого необхідно найтіснішим чином пов'язувати з конкретним його рівнем. Ієрархічна декомпозиція конкурентоспроможності нараховує чотири рівні (рис. 1).

Конкурентоспроможність підприємств готельного господарства включає великий комплекс соціально-економічних характеристик, що визначають становище суб'єкта господарювання на ринку. З одного боку, це сукупність характеристик самого підприємства, яка визначається рівнем використання його виробничого, кадрового і маркетингового потенціалу. З іншого боку, зовнішніх по відношенню до нього соціально-економічних та організаційних умов, які дозволяють створювати такі послуги, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж у конкурентів. Бути конкурентоспроможним в умовах відкритої ринкової системи означає забезпечувати зрівнянні з міжнародними стандартами споживчі, якісні та цінові характеристики послуги незалежно від того, для зовнішнього або внутрішнього ринку вони призначені [3].



**Рис. 1. Ієрархічна структура конкурентоспроможності [2].**

Необхідно зазначити, що підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств пов'язано, насамперед, з можливістю її оцінки. На даному етапі відсутня загальноприйнята методика оцінки конкурентоспроможності організації. У розвинених країнах застосовують методики, що мають переважно конкретно-економічний, кількісний характер. Вони базуються на системному аналізі фірми, відображають її діяльність за всіма провідними параметрами.

Застосування такої системи показників для виявлення рівня конкурентоспроможності готелю є не зовсім прийнятним, так як більшість розрахункової базової інформації складає комерційну таємницю підприємств. Більш ефективно у вітчизняних умовах господарювання в основу оцінки рівня конкурентоспроможності готелю закласти такі показники, як якість, ціна, рівень обслуговування, імідж та ін.

#### **Література:**

1. Подлепіна П.О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств / П.О. Подлепіна // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. – №1041. – 2016. – С. 128–131.
2. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства / О.М. Шаповалова // Вісник СХУ ім. Володимира Даля. – №16 (205). – 2015. – С. 224–228.
3. Мельниченко С.В. Готельні оператори: конкурентоспроможність на національному ринку / С.В. Мельниченко, Т.В. Кудлай // НВУУ. – Сер. Економіка. – Випуск 1 (47). – Т. 2. – С. 171–175.

## **APPLICATION FEATURES OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN HOTELS ACTIVITY**

Hotel-restaurant industry is an integral part of the national economy of Ukraine. As in most leading countries of the world, it occupies a significant place in structure of GDP. However, this indicator in Ukraine is on a low level.

This is facilitated by a number of factors. First of all, this is a structure of national market for tourist services, which is not balanced and characterized by low competitiveness. Also, hospitality establishments are at a low level of development. Most of them do not meet the current level of service. Therefore, such institutions can't pass an expert assessment of relevant state structures in this area.

Along with this, in Ukraine successfully functioning establishments of foreign companies, such as: Rixos Hotel, Radisson, Hyatt, Intercontinental Group, Sheraton Hotels and Resort, Accor Hospitality [1, 2]. As a rule, they are located in large cities or in resort areas, where concentrated a large number of tourists. The quality of service in such establishments corresponds to the world level and provides provision of all services for visitors.

At the same time, hotel and restaurant establishments always trying to improve the service quality of visitors. For this, except for attracting a sufficient amount of money required quality development strategy and application of innovative technologies.

Today, innovative technologies are widely used in all areas of the national economy and spheres of society. This is supported by positive factors in application of innovative technologies. First of all, it's raising the competitiveness of institutions in the market of providing services. Depending on the chosen innovation technology, there is a different impact on economic efficiency of enterprises. When using the innovative model of management of institutions, all indicators of their activity increase. This is in the future promotes development of institution and its competitiveness.

Application of innovative energy-efficient technologies allows to increase the economic level of development of institutions. Reducing energy consumption provides cost savings, release of additional resources which can be used in the future to provide different needs. Namely: expanding the rooms number, improvement of service quality, creation of additional services, acquisition of modern equipment, expansion of the sphere of institution activity, staff training, introduction of a new quality management system and other factors.

Today more than 90 countries of the world have considerable potential for heat and electricity production. Most of them use this potential not enough [3]. Therefore, widespread use of energy-saving technologies is a very perspective direction.

Perspective is the use of various innovative technologies, namely – “passive house”. It is an energy-efficient building standard that provides comfortable living conditions. At the same time, it is economical and has a minimal negative impact on the environment.

“Passive house” is a building in which thermal comfort is achieved exclusively by additional pre-heating or cooling of fresh air mass. It is necessary to maintain high quality air in the rooms without additional recirculation. In this case, the thermal comfort in the premises is ensured by the standard ISO 7730 [4].

The important components of a passive house are:

- high level of thermal insulation;
- application of modern energy-efficient windows;
- constructive execution of building without thermal surplus;
- hermetically building construction;
- modern ventilation with high efficient heat recovery.

In Ukraine, the indicated technology is gradually expanding, however, is of an initiatory nature. Today in the territory of our country, built no more than several dozens such houses, most of which are individual housing. There is no talk about the mass character of such a construction.

As for hotels and restaurants, this technology is almost not used. Some elements of the “passive house” technology are used in some institutions, but these are isolated cases.

Consequently, the technology “passive house” is practically not used on the territory of Ukraine. Its advantages and possibilities of application are analyzed.

#### **References:**

1. Porter M. E. *Location, competition and economic development: Local clusters in a global economy* / M. E. Porter // *Economic Development Quarterly*. – 2000. – № 14 (1). – P. 98-118.
2. Gumilar V. *Methodology for R&D driven cluster development in construction sector* / V. Gumilar. – ASM (Poland), 2010. – 121 p.
3. Dolinskyi A.A. *Geothermal energy: production of electric and thermal energy* / A. A. Dolinskyi, A. A. Khalatov // *Reports of the National Academy of Sciences of Ukraine*. – 2016. – № 11. – pp. 76-86.
4. ISO 7730:2005. *Ergonomics of the thermal environment – Analytical determination and interpretation of thermal comfort using calculation of the PMV and PPD indices and local thermal comfort criteria* [Electronic resource]. – Way of access : <https://www.iso.org/standard/39155.html>

## **ВИКОРИСТАННЯ НЕТРАДИЦІЙНОЇ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ ПРОДУКТІВ ІЗ ЗАДАНИМИ ВЛАСТИВОСТЯМИ**

Незбалансованість раціону більшості українців в сучасних економічних умовах створює постійний дефіцит незамінних факторів харчування, обов'язкових для споживання в екологічно несприятливих районах.

Забруднення навколишнього середовища відходами промислових підприємств, що містять чужорідні для організму хімічні сполуки, веде до зниження імунітету організму, зростання захворюваності і смертності, оскільки адаптаційні механізми, вироблені еволюційним процесом, часто виявляються нездатними забезпечити гомеостаз організму в техногенно забрудненому середовищі.

Особливо важливим є вплив забруднення навколишнього середовища на імунобіологічних реактивність дітей, так як саме в цьому віці закладається фундамент здоров'я людини.

Стан здоров'я дітей – це один з найбільш чутливих показників, що відображають зміну якості навколишнього середовища і ступінь її забруднення.

В останні десятиліття виникла гостра необхідність збагачення раціону харчування населення України спеціальними добавками, так званими «біопротекторами», здатними благотворно впливати на профілактику захворювань і загальну резистентність організму [1].

Біопротектори – це комплекс хімічних речовин з різним механізмом дії, що володіють антиоксидантною активністю, які блокують дію вільних радикалів, що активують імунну систему людини і захисні функції організму.

До складу біопротекторів входять Р-активні поліфеноли, вітаміни, фізіологічно активні компоненти. Біопротектори є «природними щитами», що захищають наш організм від різних токсичних речовин, одержаних із зовнішнього середовища.

Дефіцит подібних біопротекторів супроводжується зниженням захисних сил організму до дії несприятливих чинників навколишнього середовища, формування синдрому хронічної втоми, зниження розумової та фізичної працездатності.

В даний час, коли особливо важливо зберегти досягнутий в останні роки рівень споживання продуктів харчування, роль місцевих сировинних ресурсів і прогресивних технологій зростає, з їх допомогою можна домогтися більш глибокої переробки і дбайливого використання сільськогосподарської сировини, знизити витрати виробництва, оптимізувати вартість продукції. Фахівці харчової та переробної промисловості сподіваються за допомогою

залучення місцевої сировинної бази забезпечити потреби населення в енергетично повноцінних, фізіологічно функціональних, збалансованих, оптимальних за ціною продуктах харчування [2].

Концепцією інноваційної стратегії виробництва їжі є пошук нових ресурсів мікронутрієнтів, використання нетрадиційних видів рослинної сировини, створення нових технологій, що дозволяють підвищити харчову і біологічну цінність продукту, надати йому задані властивості, збільшити термін зберігання. Розробка продуктів із заданими характеристиками (склад, структурні форми, сенсорні показники) ведеться відповідно до принципів харчової комбінаторики [3].

У світовій практиці одним з поширених способів коригування складу продуктів стало комбінування сировини з компонентами рослинного походження.

При виробництві харчових продуктів із заданими споживчими властивостями широкі перспективи має використання порошків з рослинної сировини. Рослинна сировина представляє велику цінність, перш за все завдяки специфічним сполученням біологічно і фармакологічно активних компонентів. Такі речовини важко створити штучно, вони добре засвоюються людським організмом, мають лікувальну і профілактичну дію.

На роль біопротекторів, перш за все, можуть претендувати нетоксичні речовини природного походження. Великий інтерес в цьому плані представляють поліфенольні сполуки, багато з яких мають Р-вітамінною активністю.

Різноманітна фармакологічна активність фенольних з'єднань слугує фундаментом для розробки добавок заданого призначення. Важливою обставиною є те, що фенольні сполуки відрізняються низькою токсичністю або повною її відсутністю. В цілому, створення продуктів спеціального призначення має велику соціальну значимість. Особливе місце належить харчовій продукції, спрямовану дію, якої визначається внесеними до неї біопротекторів, оскільки воно пов'язане з охороною здоров'я людей в регіонах з несприятливою екологічною ситуацією.

Світові тенденції в області харчування пов'язані зі створенням асортименту нового покоління харчових продуктів, що сприяють при щоденному їх використанні направлено блокувати небажані процеси в організмі, і, навпаки, розвивати і захищати фізіологічні процеси, що підвищують рівень здоров'я і працездатності споживача. Важливою умовою поліпшення харчування населення є підвищення ефективності та забезпечення всебічного розвитку галузей народного господарства, зайнятих переробкою сільськогосподарської продукції [4].

Пріоритетними інноваційними напрямками в сфері харчових виробництв є розробка перспективних способів виробництва, зберігання, транспортування і переробки продукції; формування механізмів щодо раціонального використання сировини; розробка нових видів високоякісних харчових продуктів; вдосконалення способів просування продукції до споживача.

Створення продуктів харчування із заданими властивостями передбачає поєднання органолептичних показників продукту з звичками людей, традиціями і національними особливостями в харчуванні окремих груп населення та змістом в продукті речовин, що знижують вплив шкідливих техногенних факторів.

**Література:**

1. Мазараки, А. А. Технологія харчових продуктів функціонального призначення [Текст]: монографія / А. А. Мазараки, М. І. Пересічний, М. Ф. Кравченко. – Київ: Видавництво Національного торговельно-економічного університету, 2012. – 1116 с.
2. Виробництво продукції оздоровчого призначення [Електронний ресурс] / Л. М. Титаренко, А. В. Ляхова, О. Д. Литвиненко. // 2011. Режим доступу: URL: [http://www.rusnauka.com/32/Economics/9\\_97623.doc.htm](http://www.rusnauka.com/32/Economics/9_97623.doc.htm).
3. Пересічний М. І. Функціональне харчування: теорія та практика [Текст] / М.І. Пересічний, Д. В. Федорова, О.В. Кандалей // Вісник КНТЕУ. – 2005. – № 2. – С. 96–104.
4. Рудавська, Г. Б. Наукові підходи та практичні аспекти оптимізації асортименту продуктів спеціального призначення [Текст]: монографія / Г. Б. Рудавська, Є. В. Тищенко, Н. В. Притульська. – Київ: Видавництво Національного торговельно-економічного університету, 2002. – 371 с.



## **ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 7 ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

---

**ВОЛКОВА А.,**  
студент 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
*Науковий керівник: д.е.н., проф. Орленко О.В.*

### **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БУДИНОЧКУ ВІДПОЧИНКУ В РЕКРЕАЦІЙНІЙ ЗОНІ АР КРИМ М.ФЕОДОСІЯ**

В час динамічних економічних перетворень розвиток туристичної галузі є надзвичайно актуальним та прибутковим, оскільки туризм – це один із важливих чинників покращення економічної ситуації шляхом стабільних надходжень до бюджету, прогресивного впливу на стан справ у багатьох галузях господарства країни, підвищення зайнятості населення, активного розвитку у ринкових відносинах.

Основна складова туристської індустрії – це готельне господарство, як важливий сегмент туристичної галузі. Тому основними завданнями в сфері сучасного готельного бізнесу АР Крим стають підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням динамічного ринку готельних послуг. [4]

За результатами проведеного аналізу можна виокремити такі основні напрямки розвитку готельного бізнесу в м.Феодосія :

- поширення сфери інтересів готельного бізнесу на продукти й послуги, що раніше надавалися підприємствами інших галузей (наприклад, організаціями харчування, дозвілля, розваг, виставкової діяльності та ін.);
- посилення спеціалізації готельного бізнесу, що дозволяє чіткіше орієнтуватися на певні сегменти споживачів з урахуванням різних ознак сегментації;
- персоніфікація обслуговування та повна концентрація на запитах і потребах клієнтів;
- широке впровадження нових засобів комунікації та інформаційних технологій, що дозволяє запроваджувати глибоку й системну економічну діагностику;
- використання нових технологій в господарській діяльності готельних підприємств, зокрема, широке використання мережі Інтернет, з метою просування готельних продуктів і послуг [3].

В системі впровадження сучасних інноваційних рішень в готельно – ресторанній інфраструктурі АР Крим, зокрема в м. Феодосія, важливе місце посідає комплексна автоматизація процесів бронювання, розрахунків із

**Формування інноваційного туристичного продукту в сучасних умовах**

гостями, агентами, туроператорами та управління господарською діяльністю в цілому. На ринку вже функціонують кілька автоматизованих систем (далі АС) управління переважно зарубіжного виробництва, але вони не досить адаптовані до умов українського ринку, відносно дорого коштують, обмежують можливості оперативної технічної підтримки. За таких умов окремі готелі вимушені обирати шлях розробки власних замовлених АС [6].

Аналізуючи фінансові можливості і прибутковість готелю можна прийти до висновку, що для успішного розвитку підприємства необхідно вводити додаткові види послуг. Для підтримки стильного іміджу готелю буде ефективним реконструкція номерів. Наприклад, створення тематичного номера є ефективним маркетинговим ходом, який дозволить розширити спектр споживчих послуг, залучити нових гостей і підтримати статус історичного або сучасного готелю. Результатом цього може стати збільшення прибутку і конкурентоспроможності на ринку готельного бізнесу. Відповідно і заходи щодо підвищення лояльності споживачів туристичних послуг у цьому випадку можуть бути зорієнтовані на якість або ціну: формування демократичної системи постійних клієнтів із створенням різнорівневої системи заохочень або зв'язок із заохочувальними програмами авіакомпаній, залізничних компаній.

**Література:**

1. Агафонова, Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання [Текст]: навч. посібник / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2002. – 358 с.
2. Бойко, М. Г. Наукові засади обґрунтування підприємницької стратегії у сфері готельного господарства України [Текст] / М. Г. Бойко // Вісник КНТЕУ. – 2002. – № 3. – С. 45–50.
3. 3.Готельний бізнес теорія та практика» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/1584072028398/turizm/gotelniy\\_biznes](http://pidruchniki.com/1584072028398/turizm/gotelniy_biznes)
4. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: навч. посібник / Н. В. Краснокутська. – К. : КНЕУ, 2003. – 504 с.
5. Сіденко А. Аналіз готельного ринку України / А. Сіденко [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.reu.chtei-knteu.cv.ua/?p=375>.
6. Управління сучасним готельним комплексом: Навчальний посібник / Георгій Мунін, Андрій Зміюв, Георгій Зінов'єв та ін.; За ред. С. І. Дорогунцова; НАНУ, Рада по вивченню продуктивних сил України, Укр. гуманіт. ін-т. – К.: Ліра-К, 2005. – 514с.

**ГУЛУЗАДЕ А.,**

студент 2 курсу магістратури

факультету економіки і менеджменту,

Херсонський державний університет

Науковий керівник: к. геогр.н., доц. Котовський І. М.

## **ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Якість послуг є однією з найголовніших конкурентних переваг для підприємств туристичної сфери. У міру удосконалення й ускладнення

туристичних послуг, операторам туристичного ринку все складніше забезпечувати ефективну презентацію свого продукту покупцям. Водночас високий рівень якості обслуговування сприяє розширенню бази лояльних клієнтів і формуванню сприятливого іміджу туристичного підприємства, завдяки чому, у кінцевому рахунку, покращуються фінансові показники його діяльності.

Звідси випливає необхідність постійної, цілеспрямованої, кропіткої роботи товаровиробників з підвищення якості продукції в порівнянні з аналогами конкурентів.

Туризм являється провідною сферою діяльності у багатьох країнах світу та відіграє велику роль у формуванні валового внутрішнього продукту, в забезпеченні зайнятості населення, активізації зовнішньоторговельного балансу. Туризм також вагомо впливає на розвиток різних ключових сфер економіки і є одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі.

Значним внеском у дослідження теоретичних і практичних проблем якості послуг у туристичній сфері стали праці вчених Ільєнкової С.Д., Карсекіна В.І., Качанова В.С., Квартальнова В.О., Кифяк В.Ф., Кочерги О.І., та ін. Серед західних вчених подібна проблематика є також актуальною. Вона зустрічається в працях Дж. Кендемпаллі, Б. А. Спаркс, Б. Предау, Дж. Москадо, Е. Лоуз, М. Мекаві та інших.

Проблема якості обслуговування в туризмі являє собою актуальним питанням розвитку цієї галузі народного господарства. На міжнародному туристичному ринку якість обслуговування – найефективніша зброя в конкурентній боротьбі. Якість обслуговування в кінцевому результаті сприяє підвищенню економічної ефективності туризму загалом [2, с. 138].

Будь-який продукт є носієм різних конкретних властивостей, що відображають його корисність і відповідають певним потребам та вимогам. Корисність продукту відбиває його споживчу вартість, яка, у свою чергу, має бути оціненою, тобто має бути визначена його якість.

Туристи, які задоволені обслуговуванням в готелях, ресторанах, бюро послуг, туристичних комплексах певних країн, стають їх активними пропагандистами. Вони багато разів відвідують ці місця, сприяючи збільшенню потоків туристів, створюючи високу репутацію вподобаним їм туристичним районам. Якість обслуговування в кінцевому рахунку сприяє підвищенню економічної ефективності туризму. Комплексний характер туристичної діяльності ускладнює встановлення єдиного показника оцінки якості обслуговування.

Крім того, вплив ряду факторів економічного, організаційного, технічного і т.д. характеру не дозволяє виміряти якість обслуговування в різних видах туристичної діяльності по одному і тому ж показнику. Індустрія туризму характеризується тим, що основна увага в ній при створенні системи якості продукту звертається на якість сервісу. Якість сервісу – ключ до комерційного успіху. Готелі і ресторани, екскурсійні бюро і туристичні агентства часто при абсолютно однаковій матеріальній базі та ідентичному напрямку діяльності

*Формування інноваційного туристичного продукту в сучасних умовах*

відрізняються один від одного тільки рівнем сервісу, що є інколи головним в конкурентній боротьбі.

При управлінні якістю комплексної туристичної послуги безпосередніми об'єктами 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, с.62].

Управління якістю туристичного обслуговування має проводитись системно, тобто на підприємствах – суб'єктах туристичної індустрії має функціонувати система управління якістю туристичних послуг [3, с. 45-49]. Така система являє собою організаційну структуру з чітким розподілом відповідальності, процедури, процесів та ресурсів, які необхідні для управління якістю туристичного продукту.

Світовий досвід сформував не тільки загальні ознаки діючих систем управління якістю, а й принципи та методи, які можуть застосовуватись у кожній із них. Якість послуг, що надаються туристичними підприємствами, залежить від сертифікації цих підприємств. Ст. 18 «Сертифікація та стандартизація в сфері туристичної діяльності» Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» говорить про те, що державна система стандартизації в сфері туризму направлена на [4]:

- захист інтересів споживачів та держави у питаннях безпеки туризму, життя та здоров'я громадян, охорони майна та навколишнього середовища;
- підвищення якості товарів, робіт, послуг у відповідності до вимог споживачів.

Отже, проблема забезпечення якості продукції має в сучасному світі універсальний характер. Показники якості, а також проблеми, пов'язані з випуском якісної продукції специфічні для кожної галузі, в тому числі і для сфери туризму. Здатність організаторів (виробників) турів оцінити відповідність послуг, що пропонуються окремими виконавцями різних видів туристичного обслуговування, вимогам, уподобанням, очікуванням і сприйняттю якості з боку клієнтів є невід'ємною умовою ефективного туроперейтинга – якості, як категорії, нормоване і визначається стандартами.

**Література:**

1. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 247 с.
2. Кібанов А. Я. Оцінка економічної ефективності удосконалення управління підприємством / А. Я. Кібанов. – М.: Инфра, 2009. – 342 с.
3. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме / Г.А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 160 с.
4. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 04.06.2011 р. № 324 / 95 – ВР. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>. – Назва з екрану

*ЛАЧИНОВ А.,*

студент 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет

*Науковий керівник: к.п.н., доцент Носова І.О.*

## **РОЗВИТОК АГРОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Сьогоднішній міський турист віддає перевагу активному відпочинку в місцях з екологічно чистим навколишнім середовищем, а також шукає можливостей культурного збагачення, самоосвіти.

Для задоволення таких потреб Україна має надзвичайно великі туристично-рекреаційні можливості. Майже п'ятнадцять відсотків території це курорти, зони відпочинку, гірські та приморські ландшафти, зелені зони, чисті ріки, гори, місцевості, де збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інші прекрасні архітектурні пам'ятки. Історично склалися більше 500 населених пунктів, які мають унікальну історико-культурну спадщину. Охороняється державою біля 30 національних і регіональних парків та садиб відомих діячів української культури. Визначними є лікувальні ресурси – більш ніж 400 джерел мінеральних вод та понад 100 родовищ цілющих грязей, велика кількість яких є унікальними не тільки для України, але й для Європи.

Значна частина цих ресурсів зосереджена в межах сільської місцевості [1].

Зовсім невелика кількість людей знає про такий вид відпочинку, як агротуризм. Цей вид туризму лише зовсім недавно почав розвиватися в нашій країні, хоча в багатьох країнах Європи, це досить популярний вид відпочинку.

Навіть сама назва говорить про те, що такий вид відпочинку буде проходити на сільській місцевості з максимально наближеними до сільським умовами проживання [2].

В Україні ця галузь в кінці ХХ століття перебувала поза увагою держави. Проте після прийняття у 1995 році закону «Про туризм» утворилось декілька організацій, які займались питаннями розвитку даної галузі. Зокрема, було створено Спілку сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Найактивнішими регіонами, жителі яких розвивали цей вид дозвілля на своїй території, стали Закарпатська, Івано-Франківська, Вінницька, Київська, Львівська, Полтавська області.

Основна послуга, якою забезпечували селяни туристів – це надання їм тимчасового проживання. В Україні поступово сформувались такі типи сільських будівель, призначених для прийому відвідувачів:

Агротель – житлова будівля (група будівель) готельного типу, спеціально призначених для організації надання населенню рекреаційних послуг у сільській місцевості [3, с.12].

З кожним роком сільський туризм удосконалювався. Корінні мешканці села, з метою заробітку, пропонували туристам найрізноманітніші послуги спортивного, розважального, культурно-просвітницького [4, с.97].

**Формування інноваційного туристичного продукту в сучасних умовах**

Сьогодні в багатьох районах країни існує розвинена мережа зон агротуризму. У такій зоні можна оселитися на якомусь хуторі, в будинку лісника або навіть у старовинній хаті, яка побудована для туристів. У розвинених агротуристичних зонах для відпочинку надаються туристські комплекси, сільські будинки, гостьові будиночки і навіть спеціалізовані бази відпочинку на воді. Крім цього такі розвинені зони мають у своєму розпорядженні мисливські та рибальські будиночки, садиби з зоофермами і пасіками, екологічні та етнографічні поселення.

В таких місцевостях місцеві жителі можуть запропонувати своїм гостям різні розваги, які дещо відмінні від розваг, пропонованих елітними курортами. Вам можуть запропонувати зайнятися простою сільською роботою – сходити в нічний, покосити сіно, покататися на конях, подоїти козу. Всі ці роботи туристи виконують відповідно до своїх побажань, все залежить тільки від їх бажання [2].

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що агротуризм в Україні має стрімкий розвиток та великі перспективи на майбутнє.

**Література:**

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidruchniki.com>
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://infotour.in.ua/agrotur.htm>
3. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Ткаченко Т.І. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. – 537 с.
4. Балановська Т.І., Гудзинський С.О., Завадський Й.С., Залевський В.І., Косенко В.М., Максимюк О.П., Плонський В.Я., Прокопа І. В. Сільський сектор України на рубежі тисячоліть /Т.І. Балановська, С. О. Гудзинський, Й. С. Завадський, В. І. Залевський, В. М. Косенко, О. П. Максимюк, В. Я. Плонський, І. В. Прокопа; НАН України. Ін-т економіки. – К., 2000. – Т.1. – 396 с.

**Сидорович Є.,**

к., іст.н., старший викладач  
кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,  
Херсонський державний університет

**СТАН РОЗВИТКУ ВОДНИХ ПРОГУЛЯНОК В УКРАЇНІ**

На сьогоднішній день в Україні продовжують організовуватися водні прогулянки. Це пов'язано з низкою причини:

По-перше, сучасний споживач починає віддавати перевагу саме аеробним навантаженням під час відпочинку, що пов'язано з сидячою формою праці. Сьогодні вчені стверджують, що аеробні навантаження – це фізичні вправи невеликої або середньої ступенів інтенсивності, що виконуються протягом досить тривалого тимчасового відрізка часу на свіжому повітрі. Регулярні аеробні навантаження ведуть до того, що організм більш економічно витрачає енергетичні ресурси, крім того, період розпаду білка помітно знижується – метаболізм зміщується в бік анаболізму [1-3]. По-друге, водні прогулянки на кораблях, маломірному флоті або інших видах водного транспорту дає змогу не

обмежувати за віковими особливостями туристів. По-третє, такі мандрівки не вимагають спеціальних навичок та умінь. Навіть навчитися веслувати на байдарці не так складно. Інструктори за декілька хвилин розкажуть про принципи керування таким транспортним засобом.

В результаті, сьогодні можна сегментувати водні прогулянки, наприклад, за різними видами транспорту. Розглянемо більш докладніше саме регіони України, де домінують певні види водних мандрівок. При цьому наведемо деякі приклади відомих регіональних компаній, які займаються наданням послуг з водних видів туризму [7].

Особливо популярними залишаються сплави на байдарках по таких річках, як Дніпро, Десна, Ворскла, Сула, Псел, Рось, Тиса, Південий Буг тощо. В цьому випадку організатори надають спеціальне спорядження, байдарки та складають певну програму. Такі тури можуть проводитися, як протягом 2 днів, так і протягом календарної неділі [4]. В цьому випадку екскурсанти повинні мати певні уміння або пройти спеціальний інструктаж. Так як, туристи не тільки повинні знати, як управляти туристичним каяком, але і розуміти основні принципи розбиття табору, приготування їжі тощо.

Сьогодні столиця України пропонує своїм мешканцям та гостям унікальні річкові прогулянки, які проводяться в теплі пори року. Відмітимо, що починаючи з 2011 року в Києві організуються спеціальні прогулянки на катерах за певним графіком. При цьому організатори не враховуються наповненість таких суден. В той же час деякі компанії проводять екскурсійні мандрівки на одно-, дво- та трьохпалубних катерах.

Окреме місце в українському сегменті водних прогулянок займає Житомирська область. В цій місцевості проводять також багатоденні водні маршрути. Так, наприклад, компанія «Green Tour» організовує мандрівку протяжністю 150 кілометрів, яка охоплює села Висока Піч та міста Житомир, Коростишів та Радомишль. В цьому випадку туристам надається можливість побачити скальні каньйони, історико-краєзнавчий музей, старовинне городище, художню обробку гранітів тощо [5].

На сьогоднішній день особливою популярністю користується річка Дунай, де проводяться кільцеві водні мандрівки. Так, наприклад, компанія «Pelican danube tour» займається організацією водних прогулянок в дельті цієї річки. При цьому спеціалісти компанії використовують маломірні моторні судна, які забезпечують тривалі прогулянки від 1 до 5 годин. Отже, в основному компанія займається організацією та проведенням екскурсійних маршрутів за допомогою маломірного флоту [8].

Таким чином, було виділено декілька регіонів, в яких саме розвинені водні види прогулянок, хоча вони не набули ще масового характеру. З порівняльної таблиці видно, що кожний регіон відрізняється за такими характеристиками:

- Формою організації: в окремих регіонах проводяться одноденні або багатоденні прогулянки. Також відрізняються цілі поїздок: пізнавальні, спортивно-оздоровчі або з метою ландшафтотерапії.

**Формування інноваційного туристичного продукту в сучасних умовах**

- Природники та історико-культурними об'єктами: в деяких областях можна організувати сплави або невеликі водні прогулянки, а в окремих регіонах проводяться справжні спортивні сплави по скелястим порогам річок.

- Наявність транспортних засобів: в деяких регіонах надають послуги не тільки на моторних судах, а і на туристичних байдарках. Все залежить від специфіки річок.

**Література:**

1. Бернштейн Н. Очерки по физиологии движений и физиологии активности / Н. Бернштейн. – М.: Медицина, 2004. – 349 с.
2. Бернштейн Н. Физиология движений и активность / Н. Бернштейн. – М.: Наука, 2003. – 155 с.
3. Биохимия. Учебник для институтов физической культуры / под ред. В. Меньшикова, Н. Волкова. – М.: Физкультура и спорт, 2006 – 384 с.
4. Водні маршрути України – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://focus.ua/beautiful/376049>.
5. Водний маршрут Житомирщини – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.green-tour.org.ua/turmarshrut/vodni-turistichni-marshruti>.
6. Купер К. Аэробика для хорошего самочувствия / К. Купер. – М., 2004. – 119 с.
7. Шмагина В.В. Рекреация и туризм в системе современных приоритетов социально-экономического развития / В.В. Шмагина. – Одесса, 2000. – 69 с.
8. Экскурсии и водные прогулки по дельте Дуная – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pelican-danube-tour.com.ua/vilkovo/ekskursii-i-tury/individualnuye-exkursii>.

**ЮРЧЕНКО В.В.,**

к.е.н., доцент,

доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу,

Херсонський державний університет

**КОНЦЕПЦІЯ ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ  
ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ  
СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В нинішніх умовах функціонування вітчизняних підприємств всіх галузей ускладнилося. Це пояснюється наявністю комплексу чинників, серед яких найбільш вагомими є: бурхливе зростання науково-технічного прогресу, в першу чергу технічній складовій, перенасичення ринків продукцією, розширення і поглиблення асортименту, загострення конкуренції, зростання можливостей споживачів щодо доступу до різноманітної, вичерпної інформації про товари, активізація і нарощування зусиль виробників і посередників при впровадженні усе більш досконалих програм маркетингової лояльності, просуванні широкого спектру основних і додаткових послуг.

З одного боку, це розширює права і можливості споживачів на отримання високоякісних товарів з розширеними функціональними можливостями, а з другого – вони очікують нових товарів і послуг, підвищення рівня їх якості та споживчих характеристик. Для виробників означає, що питання створення нових лінійок товарів з високим рівнем споживчої цінності актуалізується, а



цінність продукції має максимально відповідати сподіванням і очікуванням покупців.

Питання сутності споживчої цінності більше двох тисяч років вивчається філософами, соціологами, економістами, менеджерами і маркетологами. Економічну сутність цінності визначали А. Сміт, Д. Рікардо, В. Петті, А. Маршалл, М. Портер, Дж. Мак Куллох, Ф. Бастіа та інші.

Дж. Ст. Мілль у своїх працях стверджував, що теорія цінності має значення тільки для розподілу. Він перший дав визначення понять «цінність» (здатність речей слугувати інструментом виконання бажань споживачів), «мінова вартість» (загальна купівельна сила, володіння якою надає речам ознаки товарів), «ціна» – грошова вартість для вираження її цінності, та розглядав ці поняття з позиції споживача [7].

А. Тюрго у своїх працях розглядав такі аспекти визначення цінності: цінність у значенні придатності (завдяки чому вона придатна до використання) та цінність у торгівлі. А Маршалл зазначав у своїй теорії маржиналізму, що реальну цінність товарів потрібно розглядати з точки зору населення в цілому, а не окремих споживачів [5].

К. Менгер стверджував, що не цінність і ціна залежать від витрат виробництва, а навпаки, завдяки існуванню цінності споживчих благ формується оцінка факторів виробництва, яка і визначає ці витрати [1].

Економічні теорії другої половини ХХ ст. вивчали споживчу цінність товару з позиції технологічних змін, інновацій, ланцюжків постачання, програмно-цільового та стратегічного управління, маркетингового підходу до вивчення проблематики. Саме маркетинг, теорія і практика якого орієнтують на вивчення потреб споживачів, спрямував дослідження у напрямі взаємодії виробників, посередницьких структур і покупців.

Один з корифеїв сучасного маркетингу Ф. Котлер дотримується тієї точки зору, що цінність є різницею між загальною цінністю продукту для споживача і його загальними витратами на придбання. Він розглядає маркетинг як «визначення, створення, просування, представлення і моніторинг цінності покупця [3].

В свою чергу Б. Форстром є автором теорії трьох підходів до аналізу споживчої цінності:

- цінність пропозиції розглядається як сукупність економічних, технічних і соціальних переваг, а також переваг процесу обслуговування;
- цінність відносин є поєднанням концепцій вигоди від споживання та витрат на придбання товару;
- цінність у відносинах враховує непрямі і неочевидні цінності у відносинах підприємства з суб'єктами логістичних мереж постачання і збуту [4].

До феномену цінності звертаються багато вітчизняних вчених: Т. Артемова вивчала цінність як єдність відношень маржинальної корисності і вартості, І. Кузнецова – з позиції впливу споживчої цінності на конкурентоспроможність підприємства, Ю. Захарова – як сукупність основних

*Формування інноваційного туристичного продукту в сучасних умовах*

якісних показників у контексті виявлення цінностей на ринку, Д. Волков – як якісне вимірювання блага і його значущість для споживачів [6].

На сьогодні концепція ціннісно-орієнтованого маркетингу викликає інтерес і приваблює увагу багатьох дослідників і практиків, оскільки цінність це основа бізнесу і задоволення потреб.

Так, наприклад, Васюткіна Н.В. розглядає ціннісно-орієнтований маркетинг як «концепцію формування адекватної господарської поведінки, коли устремління економічного агента гармонічно узгоджуються з умовами й орієнтовані в реалізації на довгострокову перспективу. Вона зауважує, що питання сьогодні стоїть не в тому, щоб якимось чином різко змінити поведінку споживачів, а в тому, щоб зрозуміти, що участь споживача у створенні продукту підвищує реальність створення цінності в конкретному маркетинговому бізнес-рішенні [2].

Тому роль маркетингу у процесі створення цінності, полягає у формуванні основних елементів комплексу маркетингу, які є безпосередніми інструментами створення споживчої цінності, а саме:

- формування товарної пропозиції, яка відповідає потребам і побажанням цільових покупців, забезпечення вибору – перший крок у напрямі створення цінності для споживачів;
- ціна відображає цінність товару для покупця. Ця цінність визначається на основі співставлення ціни товару з вигодами, які сприймає споживач від користування даним товаром;
- канали розподілу забезпечують доступність товарів у достатньому числі місць реалізації з врахуванням ринкових умов, характеру продукту, і реальних можливостей підприємства;
- просування спрямоване на досягнення обізнаності потенційних споживачів про отримання можливих вигод і переваг через товари, ціну і умови продаж надані виробником.

Таким чином, створення споживчої цінності стало стратегічною метою у формуванні і підтримці конкурентних переваг багатьох підприємств та ключовим чинником у стратегічному управлінні. Ціннісно-орієнтований тип економічного мислення, що притаманний західній культурі ведення бізнесу і сповідується компаніями-світовими лідерами, ще не набув належного визнання більшістю українських підприємств. Разом з тим, економічні та соціальні виклики сьогодення підтверджують беззаперечність того, що саме створення та застосування ціннісно-орієнтованого маркетингу виступає ключовою детермінантою стійкого й ефективного функціонування вітчизняних підприємств.

**Література:**

1. *Базилевич В. Д., Гражєвська Н. І., Гайдай Т. В. та ін. Австрійська школа граничної корисності // Історія економічних учень: Підручник: У 2 ч. / Під редакцією В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2006. – Т. 1. – 582 с.*

2. Васюткіна Н.В. Маркетинг цінностей як домінанта розвитку суб'єктів господарювання / Н.В. Васюткіна // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – Випуск 2 (13). – 2018. – С. 61-68.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга Краткий курс Пер с англ – М Издательский дом "Вильямс", 2007 – 656 с

4. Маркетинг: навчальний посібник / за ред. О. М. Азарян.– К.: НМЦВО МОН України, НВФ «Студцентр», 2009. – 320 с.

5. Маршалл А. Принципы экономической науки: в 3 частях / А. Маршалл: [пер. с англ.]. – Т. 1. – М.: Прогресс, 1981. – 416 с.

6. Мельничук В.М. Теоретические аспекты определения сущности механизма формирования потребительской ценности товара / В.М. Мельничук // Вестник МГОУ. – Серия «Экономика». – № 4. – 2013. – С. 20-27.

7. Милль Дж. С. Основы политической экономии. Т. 3 / Дж. С. Милль; [пер. с англ.]; ред. кол. А.Г. Милейковский и др. – М.: Прогресс, 1981. – 447 с.

**ЯКУБА. Д.А.**

## **ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРИМОРСЬКИХ МІСТ-КУРОРТІВ УКРАЇНИ, ЇХ АНАЛІЗ**

Приморський туристичний регіон має дуже потужний туристичний потенціал, це зумовлює ряд чинників (географічні, кліматичні). Проте варто відзначити що ряд основних приморських курортних міст України має комплекс недоліків, які власне і гальмують розвиток туристичного регіону в галузі курортної рекреації. Регіон умовно можна розділити на Причорноморський та Приазовський район, розглянемо перший.

Природні туристичні ресурси. Розташування Причорноморського туристичного району на півдні країни зумовлює особливості клімату, що є одним з найсприятливіших факторів для організації тут рекреаційної діяльності. Зима м'яка і малосніжна з середньою температурою січня – 5...-1°C. Літо сухе й спекотне. Середня температура липня – +20... +22°C. Безморозний період триває 160-220 днів. На формування клімату значним чином впливають не тільки вологі атлантичні повітряні маси, але й середземноморські субтропічні.

У даній статті буде розглядатись туристично-ресурсний потенціал м. Одеси. За своїм курортно-рекреаційним й туристичним потенціалом Одеська область, домінантою структури соціально-економічного комплексу якої є м. Одеса, займає одне із провідних місць в Україні.

Особливості економіко-географічного розташування, розвинена транспортна мережа, багаті природно-кліматичні умови, наявність пам'яток природи, архітектури, історії й культури, цілющих грязей і джерел мінеральних вод створюють сприятливі передумови для формування й розвитку в соціально-економічному комплексі м. Одеси високорентабельної курортно-рекреаційної й туристичної галузі.

Найбільш узагальнено економічна діяльність у курортно-рекреаційному й туристичному комплексі м. Одеси представлена санаторно-курортним

*Формування інноваційного туристичного продукту в сучасних умовах*

оздоровленням населення, організацією його відпочинку та екскурсійно-туристичним обслуговуванням. Перші два види пріоритетні з погляду комплексного підходу до охорони здоров'я й соціального захисту жителів Одеси, інших регіонів України й ближнього зарубіжжя. Останній – в аспекті реструктуризації й подальшого розвитку господарського комплексу на основі ринкових відносин, зміцнення дохідної бази державного й міського бюджетів, зовнішньоекономічних і міжнародних культурних зв'язків.

На даний час Одеса має більший туристичний потенціал, а також об'єктивні передумови для його розвитку, особливо у сфері ділового, культурно-пізнавального, санаторно-курортного туризму.

Місто має у своєму розпорядженні туристичні бренди всеукраїнського й світового значення – Потьомкінські сходи, Французький бульвар, “Аркадія”, Оперний театр, Дерibasівська, Одеські катакомби та ін.

Однак цей потенціал використовується неефективно. Потік туристів, доходи й зайнятість у туріндустрії не відповідають потенціалу, що пояснюється відсутністю дотепер системної організованої роботи з формування конкурентноздатної туристичної індустрії й туристичного кластера в Одесі.

Виникла об'єктивна потреба подальшої мобілізації існуючого природно-ресурсного й наявного виробничого потенціалу курортно-рекреаційної й туристичної сфери м. Одеси. Активізації його використання з метою створення та розвитку в структурі міського соціально-економічного комплексу високорентабельної галузі, що повинна забезпечити потреби внутрішнього й міжнародного попиту на курортно-рекреаційні й туристичні послуги, посилення взаємозв'язків курортно-рекреаційної й туристичної галузі з іншими сферами народногосподарського комплексу міста; підвищення рівня природоохоронної діяльності, залучення інвестицій у розвиток курортно-рекреаційної й туристичної інфраструктури, збільшення надходжень до бюджету міста.

Кінцевою метою аналітичних робіт є розробка концепції, програми розвитку конкурентноздатної туристичної індустрії в м. Одесі. Це забезпечить соціально-економічні результати міста (податкові надходження до бюджету, поліпшення рівня життя населення за рахунок росту зайнятості й середньої зарплати в туріндустрії; якість життя за рахунок підвищення культурного рівня й патріотичного виховання населення міста, збереження для майбутніх поколінь історико-культурної спадщини й екології).

Основні критерії досягнення мети – збільшення потоку туристів, робочих місць, доходів (обороту галузі й надходжень до бюджету) взаємозалежні:

- ріст зайнятості є результатом досягнення достатнього рівня обороту й прибуткової роботи підприємств туристичної індустрії;
- ріст обороту – результат від росту турпотoku;
- у свою чергу, ріст туристичного потоку – результат від виникнення туристичного інтересу й платоспроможного попиту;
- туристичний інтерес виникає стосовно конкретних туристичних продуктів (турів), що викликають бажання відправитися в туристичну поїздку;

- платоспроможний попит виникає при вдалому сполученні туристичного інтересу, цін на турпродукти й платоспроможності потенційних туристів, достатньої для придбання послуг (у тому числі – туристичних);

- конкурентоздатні туристичні продукти формуються на базі об'єктів туристичного інтересу (туристичних ресурсів: кількості і якості музеїв, пам'ятників історії й культури, театрів, природно-ландшафтних і рекреаційних комплексів, місць для проведення виставок, конференцій, конгресів і т.п.), які і є в туризмі основою потенціалу його розвитку;

- можливість реалізації цього первинного потенціалу визначається кількістю і якістю об'єктів інфраструктури туризму (місць розміщення, транспорту, харчування й т.д.).

Сьогодні, на ринку туристичних послуг Одеси виділяється такий сегмент як «Екскурсії по Одесі та її передмістям», що включає близько половини всіх туристсько-екскурсійних маршрутів Одеського регіону. За представленою тематикою екскурсій, а також популярності маршрутів у туристів отримали розвиток пізнавальний та історико-культурний, а також ландшафтно-екологічний, спортивний, екстремальний, розважальний туризм. Але можливості залучення нових потоків туристів обмежені недостатнім рівнем розвитку туристичної інфраструктури. Перспективним для розвитку туризму залишається Придунав'є, де вже отримали розвиток ландшафтно-екологічний, історико-культурний, історико-етнографічний туризм. Серед рекреаційних об'єктів виділяються Ізмаїльська фортеця, придунайські озера Картал і Кугурлуй, Дунайський біосферний заповідник, система вулиць-каналів м. Вилкове та інші. Північно-західна частина Одещини характеризується недостатнім рівнем рекреаційного освоєння, але тут є об'єкти природно-заповідного фонду загальнодержавного значення («Савранський ліс», «Михайлопільський заказник»), пам'ятки ландшафтно-паркового мистецтва («Бендзарський ліс», «Кардамичівський парк» та ін.), пам'ятки археології, архітектури, які можуть стати об'єктами пізнавального, екологічного та історико-етнографічного туризму.

На сьогоднішній день найбільш впливові фактори розвитку туристичної діяльності – це сучасна фінансово-економічна криза, політична й соціально-економічна нестабільність в країні та екологічні проблеми навколишнього середовища. У туристичному господарстві Одеського регіону накопичилось багато проблем, які потребують вирішення. Необхідно узгодження організації та розвитку сучасного туризму із сучасними принципами планування території для збереження різноманіття і цілісності туристичних ресурсів, їх раціонального використання, охорони культурної спадщини та довкілля розвитку туризму.

#### **Література:**

1. Про затвердження Концепції розвитку туризму в м. Одесі на 2007-2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://omr.gov.ua/ua/acts/council/8975/>
2. Чинники розвитку і ресурси сучасного туризму Одеського регіону [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/nefedova.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/nefedova.htm)

---

## ТЕМАТИЧНА ПЛАТФОРМА 8

### НОВА МОДЕЛЬ УПРАВЛІННЯ ОСВІТОЮ В УКРАЇНІ: ЄВРОПЕЙСЬКІ ОРІЄНТИРИ ТА ВІТЧИЗНЯНІ ВИКЛИКИ

---

*АРТЬОМОВА О.,*  
студентка 2 року магістратури  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

#### ІМІДЖ НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ: ЙОГО СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ

На сучасному етапі за умов конкуренції значної уваги заслуговує позитивний образ організації, який складається у потенційних споживачів, тому робота над іміджем, є фактором, що забезпечує успішне її функціонування. Цей фактор є провідним і для навчальних закладів. Позитивний імідж навчального закладу не тільки приваблює споживачів освітньої послуги, але й передає цінності, якими керується навчальний заклад в організації освітнього процесу, демонструє його відкритість та його участь у розв'язанні економічних і соціальних нагальних проблем суспільства.

Аналіз наукової літератури свідчить, що питання іміджу у різних аспектах є предметом наукових розвідок вчених Л.Браун, П.Берд, Т.Кизилова, А.Панасюк, А.Пелих та ін., зокрема, у педагогічному – М.Борисенко, Н.Голота, Н.Казакова, Л.Карамушка, М.Левіт, О.Павленко, В.Шепель та ін.. Ґрунтовно досліджуються питання зв'язків освітніх закладів із іншими організаціями, шляхи формування та розвитку іміджу тощо. Так, науковці формування іміджу організації трактують як процес спільної роботи всього колективу організації [2, 45].

На думку науковців важливим у взаємовідносинах між суб'єктами колективу – це загальне уявлення про стратегічний розвиток організації, про міцність організаційної дисципліни і соціальну поведінку співробітників.

Результати вивчення та аналізу наукових, довідникових джерел з цієї проблеми показує, що не виявлено загального підходу тлумачення поняття іміджу навчального закладу. «Імідж» (від лат. Imago – «зображення, образ») як цілеспрямовано сформований образ (будь-якої особи, предмета), покликаний надати емоційно-психологічний вплив на кого-небудь з метою популяризації, реклами і т.п [3, 54]. Водночас Н.Д. Завалової, Б.Ф. Ломової, В.А. Пономаренко інтерпретують імідж організації як складний, динамічний, «процес, що відбувається в часі в ході якого відображення стає все більш і більш адекватним відбиваному предмету» [4]. Таким чином, аналіз підходів в сучасній науці до проблеми іміджу організації, дозволяє уточнити поняття цього явища, визначити соціально-психологічні функції і мотиви діяльності щодо його розвитку тощо.

У працях сучасні науковці *Література:* визначення іміджу навчального закладу. В.В. Волкова імідж навчального закладу висвітлює у зв'язку з його конкурентоспроможністю, з його високим рейтингом [1, 67].

Розкриваючи сутність іміджу навчального закладу, виділяють його основні ознаки, характеристики. На думку В.М. Шепель провідними характеристиками іміджу навчального закладу є образ керівника (його здібності, установки, цінності соціально-психологічні характеристики, зовнішній вигляд), образ персоналу навчального закладу (соціальні дані, культура, професійна компетентність, особистісні характеристики і т. д.). Дослідник наголошує на важливості донесення соціальному оточенню інформації щодо якості освіти, стилю, рівня комфортності внутрішнього середовища закладу, ціни освітніх послуг і зовнішньої атрибутики [2].

Узагальнюючи різні підходи до тлумачення сутності та обґрунтування провідних характеристик іміджу навчального закладу, доцільно зазначити, що науковці вказують на особливість іміджу полягає у відображенні соціальних очікувань суспільства, які обумовлені їх нагальними потребами та інтересами. Тому під час формування іміджу значущою є готовність аудиторії сприймати об'єкт, який співвідноситься з «ідеальним образом».

Для сучасних навчальних закладів імідж є важливою складовою професійного успіху, оскільки це сприяє підвищенню конкурентоспроможності навчального закладу. Запити суспільства зумовлюють активні пошуки ефективних стратегій розвитку позитивного іміджу та підвищення конкурентоспроможності навчального закладу на ринку освітніх послуг.

Конкурентоспроможний навчальний заклад це заклад, який забезпечує стійкий рівень якості освітніх послуг. Наукові дослідження свідчать, що головною функцією іміджу в освітній сфері є формування позитивного ставлення до навчального закладу.

Позитивний імідж на думку дослідників сприяє підвищенню престижу, освітнього закладу і є важливим фактором його високого рейтингу. Позитивний імідж навчального закладу формується на ґрунті стійкої якісної освітньої послуги. Сформований позитивний імідж освітнього закладу сприяє розв'язанню низки завдань: підвищити рівень організаційної культури; підвищити привабливість освітнього закладу; підвищити якість інформаційних заходів щодо нових освітніх послуг; полегшити процес введення нових освітніх послуг; сприяти створенню позитивного соціально-психологічного мікроклімату в колективі.

Отже, під іміджем навчального закладу розуміють сукупність зовнішніх і внутрішніх характеристик, які визначають його статус в сфері освіти і образ навчального закладу у цілеспрямованій аудиторії. Формування позитивного іміджу навчального закладу впливає на підвищення конкурентоспроможності, дозволяє свідчити про рівень розвитку освіти, а відповідно визначає якість іміджу освіти у цілому.

1. Дагаева Е.А. Управление имиджем вуза [Текст]/ Е.А. Дагаева // Управление персоналом. – 2005, № 3. – С. 26–28.
2. Діденко В.М. Менеджмент: Підручник / В.М. Діденко. – К.: Кондор, 2008. – 584с.
3. Завадський І.С. Менеджмент: Management / І.С. Завадський. – У 3т. – Т. 1-3-вид., доп. – К.: Вид-во Європ. ун-ту – 2001. – 542 с.
4. Колпаков В.М. Теория и практика управленческих решений: Учеб. пособие / В.М. Колпаков. – К.: МАУП, 2000. – 256 с.

**ГЕРМАНОВИЧ О.,**

студентка 2 року магістратури  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

## **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ КЕРІВНИКА НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Сучасний стан вітчизняного освітнього простору характеризується визначається динамічними змінами, що зумовлені європейським спрямування. А відтак, ефективне функціонування сучасного навчального закладу як соціально-педагогічної системи визначатиметься результатом діяльності, яка є забезпечує якість освіти. Де провідну роль відіграє керівник навчального закладу, який є професійним менеджером, здатним виявляти гнучкість до інновацій, професіоналізм та виконувати свої функціональні обов'язки якісно, оскільки від його діяльності залежить імідж закладу та позитивний соціально-психологічний мікроклімат у колективі. Керівнику навчального закладу необхідно орієнтуватись у різноманітті сучасних управлінських ідей, вивчати і успішно впроваджувати досягнення науки і перспективного педагогічного досвіду, організовувати творчу діяльність педагогів, а також постійно підвищувати власний професійний рівень. Варто зазначити, що рівень професійної культури керівника значною мірою впливає на підвищення конкурентоспроможності навчального закладу та привабливості освітніх послуг, тому проблема їх професійного становлення набуває значущості.

Проблема професійної культури та її формування набула ґрунтовного висвітлення у працях вітчизняних і зарубіжних дослідників (Н. Багдасар'ян, О. Барабанщиков, В. Белоліпецький, О. Бондаревська, В. Ігнатов, Н. Крилова, П. Кузьмін, І. Модель, В. Сластьонін, Л. Шарова та інші). Обґрунтування сутності професійної культури доцільно давати, виходячи із розуміння культури. Найбільш прийнятне визначення поняття «культура» у нашому дослідженні надане М. Каганом, яке дозволяє не тільки визначити в усій повноті та цілісності зміст культури як загальноісторичного феномена, але й зрозуміти масштабність культури залежно від того, з яким культурогенним суб'єктом вона співвідноситься: загальнолюдська культура, культура того чи іншого конкретного соціуму, культура окремої соціальної групи і культура окремої особистості [3, с. 57]. Тому у співвідношенні загальної культури та



культури фахівця, погоджуємося з твердженням науковців, що культуру спеціаліста можна охарактеризувати як вираження зрілості та розвитку всієї системи соціально вагомих особистісних якостей, що продуктивно реалізується в індивідуальній діяльності (політичній, професійній, науковій, комунікативній та інших). Вона – підсумок якісного розвитку знань, інтересів, переконань, норм діяльності та поведінки, здібностей та соціальних почуттів [5, с. 14].

В той же час доцільним є твердження С. Королюка, що «культура органічно поєднана з діяльністю особистості, тому це дозволяє розглядати їх у діалектичній взаємозалежності. Їх взаємозв'язок характеризується так, що будь-які досягнення впливають на розвиток культури особистості та навпаки, відсутність загальної культури відобразиться на рівні її професійної діяльності, в тому числі й управлінської» [4, с. 12].

Ураховуючи те, що провідною діяльністю керівника є управлінська, то вона має свою специфіку здійснення. У цьому контексті є слушною думка В. Афанасьєва, який зазначає, що управління виникає тоді, коли з'являється потреба в регулюванні діяльності. На його погляд для вдалого виконання управлінської діяльності керівнику необхідно володіти певними знаннями та вміннями, бути професіоналом – володіти професією управлінця, володіти певним рівнем професійної культури [1, с. 24].

Таким чином, зазначене дозволяє стверджувати, що у процесі виконання керівником навчального закладу функціональних обов'язків формується його професійна культура. Процес формування професійної культури майбутнього керівника навчального закладу – є однією з головних умов успішного здійснення його професійної діяльності, в результаті чого відбувається кар'єрне зростання, розкриття творчого потенціалу, самореалізація, досягнення життєвих та професійних цілей. Успішність професійної діяльності керівника навчального закладу та її ефективність – це результат формування його професійної культури. Вона виникає на конкретному етапі, що називається інституалізація професії, та розуміється як цілісний механізм функціонування. Цей механізм передбачає та забезпечує об'єднання соціальних індивідів однієї професії, як специфічної соціальної групи, посилення внутрішніх та зовнішніх зв'язків між ними [2, с. 42].

Отже, розкриваючи сутність професійної культури керівника навчального закладу, дослідники наголошують, що професійна підготовка є необхідною умовою її формування, результатом якої повинні бути сформовані вміння керувати самоосвітою та саморозвитком, удосконалювати здатність змінювати свій соціальний статус, здатність до співробітництва, прагнення до інновацій, уміння приймати рішення у нестандартних ситуаціях, здатність до творчих форм професійної діяльності, готовність до обґрунтованого ризику, вміння інтегрувати отримані знання та здійснювати управлінську комунікацію. Професійна культура керівника – це одна з провідних характеристик його особистості, яка суттєво впливає на якість професійної діяльності.

1. Васильченко Л. В. *Управлінська культура і компетентність керівника* / Л. В. Васильченко. – Х. : Вид. група “Основа”, 2007. – 176 с.
2. Исаев И. Ф. *Профессионально-педагогическая культура преподавателя : Учебное пособие* / И. Ф. Исаев. – М. : Издат. центр “Академия”, 2004. – 208 с.
3. Коломієць А. М. *Інформаційна культура як системоутворюючий чинник професійної культури вчителя* / А. М. Коломієць // *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців : Зб. наук. пр. – Вип. 9. – Київ-Вінниця : ДОВ “Вінниця”, 2006. – С. 402–409.*
4. Кричевский Р. Л. *Если Вы – руководитель... Элементы психологии менеджмента в повседневной работе* / Р. Л. Кричевский. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : Дело, 1996. – 384 с.
5. Мойсеюк Н. Є. *Педагогіка : Навчальний посібник. 3-тє видання, доповнене.* – К., 2001. – 608с.

**КОРОЛЬОВА І. І.,**

кандидат педагогічних наук, доцент  
Херсонський державний університет

## **ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ**

За сучасних змінних умов конкуренції на ринку праці та суспільних вимог до національної освітньої системи, що визначаються глобалізаційними та євроінтеграційними процесами, питання професійної компетентності менеджерів освітньої галузі є актуальним. Адже сучасна європейська освіта вирізняється акцентуванням уваги на практико-орієнтованому змісті професійної підготовки, зміні орієнтації з кваліфікаційної моделі на компетентнісну. Тому компетентнісний підхід є ефективним в організації професійної підготовки фахівців і, як свідчить світовий досвід, забезпечує підготовку висококваліфікованих конкурентоспроможних фахівців, здатних до ефективної самореалізації у професійній діяльності, зокрема управлінській у сфері освіти.

Проблема формування професійної компетентності є складною. Відповідно її розроблення зумовлює застосування комплексного підходу. У науковій психолого-педагогічній літературі розкрито різні аспекти проблеми формування професійної компетентності, зокрема: педагога (І. Зимня, І. Ісаєв, Н. Кузьміна, А. Маркова, Л. Мітіна, А. Міщенко, О. Попова, Т. Шадріна, Т. Шамова, А. Щербаков, Е. Шиянова та ін.), керівника навчального закладу (О. Атласова, Л. Берестова, В. Бондар, Е. Павлютенков та ін..) тощо.

Переважає більшість досліджень присвячені формуванню професійної – управлінської компетентності у галузі освіти та окремим складовим компетентності особистості. На основі парадигмального моделювання А. Семенова виокремлює основні компоненти професійної компетентності фахівця: 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 ~~об'єктивних~~ <sup>об'єктивних</sup> 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 (особистісні значущість); емоційно-регуляційний – прояви емоційно-вольової саморегуляції процесу та її результату [2].

Наукова точка зору дослідника свідчить про інтегративне уявлення щодо компетентності майбутнього фахівця. У такому контексті Л. Оліфіра професійну управлінську компетентність керівника навчального закладу визначає як інтегровану характеристику посадової особи, що поєднує в собі його особистісно-професійні якості та здатності, становлення, професійні знання, вміння й навички вироблення та прийняття обґрунтованих управлінських рішень, ефективного управління об'єктом освіти в умовах динамічних змін і невизначеності [1, с.7].

За результатами аналізу наукових праць вчених з'ясовано, що професійна компетентність має цілісний характер і є продуктом професійної підготовки, що розкривається в діяльній, соціальній, особистісній сферах. Формування професійної компетентності менеджерів освітньої галузі передбачає фахову підготовку до самостійного виконання управлінської діяльності, що забезпечує ефективне функціонування освітнього закладу у цілому.

Важливу роль у структурі професійної компетентності керівників освітніх закладів відіграють спеціальні професійні та ключові компетенції, а саме, компетенції управління, компетенції взаємодії та спілкування; компетенції самопізнання, саморозвитку, саморегуляції.

Підготовка керівників освітніх закладів в сучасних умовах вимагає особливого зосередження на ключових компетенціях, які є фундаментом їх життєдіяльності в соціумі й у майбутньому допоможе випускникам вищу реалізувати себе, а саме буди конкурентоспроможними на ринку праці.

Визначальну роль у формуванні цих компетенцій відіграє існуюча у вищій школі система психолого-педагогічного супроводу, у рамках якої можуть діяти проблемні студентські групи, зокрема «Педагогічний менеджмент і конкурентоспроможність педагогічних кадрів», юридична клініка, телефон довіри, соціально-психологічна консультація тощо, діяльність яких спрямована на ефективну професійну підготовку в умовах освітнього закладу.

Формування професійної компетентності майбутніх менеджерів освітньої галузі відбувається під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників. Внутрішніми чинниками є особистісні (суб'єктивні) якості та властивості, а саме: самостійність, організованість під час професійної підготовки, високий рівень домагань, загальної культури та культури спілкування, прагнення до постійного самовдосконалення, об'єктивна самооцінка; здатність до навчання, інтелектуальні, дослідницькі, управлінські вміння. Зовнішніми чинниками формування професійної компетентності майбутніх менеджерів освітньої галузі виділяють: вдосконалення змісту та організації освітнього процесу, забезпечення оптимальних умов для успішної практичної діяльності під час

*Нова модель управління освітою в Україні: європейські орієнтири та вітчизняні виклики* проходження виробничих практик, застосування інноваційних педагогічних технологій, сучасних технічних засобів, сприятливий соціально-психологічний клімат у студентському колективі тощо.

Отже, категорію «професійна компетентність» розуміємо як якість особистості майбутнього фахівця, що формується під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників, та характеризує рівень його інтеграції у професійно-діяльнісне середовище, зумовлюючи виконання відповідних (за посадою) соціальних ролей. Компетентнісний підхід у фаховій підготовці, як один із чинників формування професійної компетентності, відображає інтегральний прояв професіоналізму, в якому поєднуються елементи професійної і загальної культури, досвіду фахової діяльності та творчості, готовності до професійної діяльності, а саме до управлінської.

#### **Література:**

1. Оліфіра Л.М. *Розвиток професійної управлінської компетентності керівників вищих педагогічних навчальних закладів I-II рівнів акредитації засобами навчальних тренінгів: автореф. канд. пед. наук : 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти / Лариса Миколаївна Оліфіра. – Київ, 2013. – 20 с.*
2. Семенова А. *Парадигмальне моделювання у професійній підготовці майбутніх учителів : Монографія / Алла Семенова. – Одеса : Юридична література, 2009. – 504 с.*

**МОСКАЛЕНКО Є.,**

студентка 2 року магістратури  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: Слюсаренко Н.В.

## **ТВОРЧИЙ РОЗВИТОК КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ**

Розвиток освіти в сучасних умовах вказує на необхідність підготовки кваліфікованого та компетентного фахівця, здатного генерувати оригінальні ідеї, нетрадиційно мислити. Він має бути готовим відмовитися від стереотипів, мати глибокі знання з теорії і практики педагогічної й управлінської діяльності.

Зміни відбуваються у всіх сферах життя і школа не є винятком. Змінюються функції і роль школи, змінюються діти. Василь Олександрович Сухомлинський вважав, що немає абстрактного учня, до якого можна було б вжити всі закономірності навчання і виховання. На його думку, сутністю педагогічної творчості є думка, задум, ідея, що пов'язані з тисячами повсякденних справ. І саме в таких умовах, сучасній школі потрібен керівник, який зможе виступити трансформатором оновленого змісту освіти, освітніх технологій, послуг, методів та форм навчання, виховання й розвитку особистості. Ця людина повинна безперервно вдосконалювати зміст і засоби своєї професійної діяльності. Стати взірцем для педагогічного колективу та учнів. Успішне вирішення цього питання можливе за умови готовності

керівника закладу до наполегливої самостійної роботи над собою, до усвідомленого й керованого ним професійного самовдосконалення.

У зв'язку з цим питання творчого розвитку керівника закладу загальної середньої освіти в процесі управління є актуальним.

Багато десятків років як закордонні, так і вітчизняні психологи досліджують феномен творчості. Творчість – це вища форма активності і самостійної діяльності людини; розглядається нами як «історична активність людей, яка безперестанно розширює кордони можливостей їх людського розвитку – процес створення суспільних умов, що сприяють усе більш багатому й глибокому розвитку людської індивідуальності» [1].

Навчальний заклад очолює керівник – директор школи. Складність та динамічність сучасного світу вимагає від нього не лише конкретних знань, але і вмінь ними користуватися. Саме від його професіоналізму залежить весь освітній процес в даному навчальному закладі.

Творчість відіграє значну роль у діяльності керівника, вона спонукає його до постійного пошуку нових методів управління, що сприяють реалізації передових освітніх технологій, подоланню шаблонів та стереотипів. Важливою умовою творчості є креативність (творче розв'язання задач), сприйняття нових ідей, творчі уявлення та фантазія, незалежність поведінки та суджень, критичність, сміливість, високий рівень загальної культури. Все це вимагає від керівника проектування та впровадження нових технологій в організацію управління школою.

Розвиток творчого потенціалу відбувається за умови залучення керівника школи до інноваційної та пізнавально-творчої діяльності. Суть творчої діяльності полягає у творчому застосуванні відомих педагогічних і методичних ідей, в осмисленні розвитку того нового, що виходить за межі відомої теорії, певною мірою збагачуючи її у конкретних умовах навчання і виховання. Саме у процесі розробки та впровадженні нових ідей, керівник виступає як новатор і творець. Керівник має використовувати новітні механізми управління навчальними закладами застосовуючи зарубіжний досвід у цій сфері [3]. За його діяльністю повинні прослідковуватися елементи новизни, пошуково-перетворюючий стиль мислення, наявність індивідуального стилю управління і в умінні розкрити особистий творчий потенціал своїх підлеглих.

Підтримка творчості з боку керівника загального середнього навчального закладу забезпечується під час проведення систематичних конкурсів на кращу науково-методичну розробку серед педагогічних працівників школи та виставок, що проводять предметні чи галузеві методичні об'єднання, творчі об'єднання вчителів школи, а також участі в районних, міських, обласних, загальнодержавних професійних конкурсах і виставках. Підтримкою різноманітних проектів з інноваційним підтекстом.

Керівник повинен уміти прогнозувати розвиток закладу освіти, здійснювати керівництво освітнім процесом на засадах діагностики інноваційних процесів, залучати інвестиції, упроваджувати освітні інновації [2].

Таким чином, творчість керівника навчального закладу виявляється на особистісному та діяльнісному рівнях. Вона прослідковується у процесі створення нової інформації з високими показниками їх кількості та якості. Також можемо зазначити, що підвищення професійної компетентності керівника позначається на позитивних результатах якості освіти учнів, педагогічній культурі вчителів, його готовності до здійснення управлінських функцій з урахуванням соціально-педагогічних умов роботи навчального закладу. Інноваційне управління навчальним закладом дає змогу підтримувати конкурентоспроможність нашої освіти.

#### **Література:**

1. Даниленко Л. І. Модернізація змісту, форм та методів управлінської діяльності директора загальноосвітньої школи / Л. І. Даниленко. Монографія. – Видання 2-ге. – К. : Логос, 2002. – 140 с.
2. Мармаза О. І. Інноваційні підходи до управління навчальним закладом. / О.І. Мармаза. – Х.: Основа, 2004. – 240 с.
3. Сисоєва С. О. Основи педагогічної творчості / С. О. Сисоєва – К. : Міленіум, 2006. – 346 с.
4. Сухомлинський В.О. Розмова з молодим директором / В.О. Сухомлинський // Вибр. тв.: у 5 т. – К.: Рад. школа, 1976. – Т. 4. – С. 393-629 с.

**РАДОМСЬКА А.,**

студентка 2 курсу магістратури  
факультету економіки і менеджменту,  
Херсонський державний університет  
Науковий керівник: д.п.н., проф. Яцула Т.В.

## **ВИХОВАТЕЛЬ ДИТЯЧОГО САДКА ЯК МЕНЕДЖЕР ВЛАСНОГО САМОРОЗВИТКУ**

Сучасний вихователь дитячого саду є одночасно викладачем, вихователем, організатором діяльності дітей, активним учасником спілкування з дошкільнятами, їх батьками та колегами, дослідником педагогічного процесу, консультантом, просвітителем і громадським діячем. У сучасному світі вихователю постійно потрібно підвищувати рівень свої кваліфікації, професіоналізму і педагогічної майстерності. Зміни, що відбуваються в сучасній системі освіти, роблять актуальним підвищення кваліфікації та професіоналізму педагога, тобто його професійної компетентності. Вільно мислячий, який прогнозує результати своєї діяльності і моделює освітній процес педагог є гарантом досягнення цілей сучасної освіти. Саме тому в даний час різко підвищився попит на кваліфіковану, творчо мислячу, конкурентоспроможну особистість педагога.

Важливою бути професійно компетентним педагогом, який на досить високому рівні здійснює педагогічну діяльність, педагогічне спілкування, досягає стабільно високих результатів в навчанні і вихованні дітей. Розвиток професійної компетентності – це динамічний процес засвоєння і модернізації

професійного досвіду, що веде до розвитку індивідуальних професійних якостей, накопичення професійного досвіду, що передбачає безперервне самоосвіта, саморозвиток і самовдосконалення педагога.

*Самоосвіта вихователя реалізується у наступних видах діяльності:*

- 1) робота в бібліотеках із книгами, періодичними виданнями, монографіями, каталогами;
- 2) участь у роботі тренінгів, конференцій, науково-практичних семінарів;
- 3) отримання консультацій спеціалістів, практичних центрів, кафедр психології і педагогіки вищих навчальних закладів;
- 4) вивчення та творче застосування перспективного педагогічного досвіду;
- 5) ведення власної картотеки з обраної проблеми;
- 6) робота з банком діагностичних і корекційно-розвивальних програм в районних методичних центрах тощо.

Результатом зусиль педагога є вдосконалення роботи з дітьми, його професійної майстерності шляхом самоосвіти. Етапи самоосвіти: *установчий* – налаштування педагогів на самоосвітню роботу, вибір мети індивідуальної теми та змісту роботи із самоосвіти залежно від науково-методичної проблеми, над якою працює дошкільний заклад, осмислення послідовності дій; *навчальний* – вивчення психолого-педагогічної та методичної літератури з теми самоосвіти; *практичний* – накопичення педагогічних фактів, аналіз і перевірка нових методів роботи; *самостійної роботи* – осмислення, аналіз та узагальнення педагогічних фактів; *підсумково-контрольний* – підбивання підсумків самостійної роботи та їх відображення у звіті [2].

На сучасному етапі розвитку суспільства до вихователів ставляться такі завдання:

- 1) Вчити вихованця до фізичної культури як фундаменту загальнолюдського розвитку; охороняти, захищати і зміцнювати здоров'я дитини, сприяти оволодінню їм основами здорового способу життя;
- 2) Підтримувати і заохочувати дітей до розвитку і саморозвитку; оволодіння вихованцями основами духовної культури, інтелігентності на основі розвитку філософського погляду на себе і навколишній світ; широкого залучення його до загальнолюдських, художнім і національних цінностей; включенню вихованця в систему соціальних відносин, дотримання ним елементарних норм і правил взаємовідносин з дорослими і однолітками; оволодіння їм різними видами діяльності на рівні самостійності, розкриття і саморозвитку творчого потенціалу, обдарованості і таланту у кожній дитини;
- 3) Забезпечувати оволодіння вихованцем індивідуальним стилем різних видів діяльності у вигляді практично-пізнавальної діяльності та експериментально-пошукової, заохочувати до практичної і творчої діяльності.
- 4) Розвивати дитину як повноцінну особистість психічного розвитку і саморозвитку дошкільника як неповторну індивідуальність на основі

Нова модель управління освітою в Україні: європейські орієнтири та вітчизняні виклики збагачення розвитку і саморозвитку його самосвідомості, а також пізнавальних, емоційно-волевих процесів, психічних якостей;

5) Здійснювати освіту, розвиток і саморозвиток дошкільника в колективі як формі і засобі збереження, розвитку і саморозвитку творчого потенціалу, обдарованості і таланта індивідуальності [1].

Поради тим, хто займається самоосвітою: 1) доповнювати знання з певного питання, які ви отримуєте з одного джерела, відомостями з іншого. Це дає змогу порівнювати, аналізувати, робити висновки і формувати власну думку; 2) користуватися бібліотечними каталогами. Це скоротить час пошуку потрібної літератури, тому що багато карток містять коротку анотацію або перелік основних питань, що розкриваються у виданні; 3) збирати, накопичувати й зберігати відомості, факти, висновки [2]. Вони знадобляться для виступів на семінарах, засіданнях педагогічної ради, дискусіях тощо.

Сучасні дослідники (Т. І. Бабаєва, Н. М. Боритко, І. А. Колесникова, М. В. Крулехт, М. В. Корепанова, В. Т. Кудрявцев, В. Г. Маралів, В. А. Петровський, Н. К. Сергєєв, Г. А. Цукерман та ін.) приходять до спільного висновку, що розвиток дітей можливий лише у взаємодії з педагогом який удосконалюю свою діяльність [3]. Вихователь сьогодення – це не той, хто розуміє і відчуває, як дитина здобуває освіту, набуває становлення; хто вдосконалюється сам, збагачуючи освітній простір. Тому важливим є забезпечення професійного саморозвитку педагога як суб'єкта професійної діяльності, бо професійний саморозвиток вихователя – це невід'ємна умова саморозвитку вихованця: зацікавити інших може тільки сам зацікавлений, навчити – той, хто вміє.

#### **Література:**

1. Аркин Е. А. Ребенок в дошкольные годы (в двух частях) /Под ред. А. В. Запорожца и В. В. Давыдова. – М.: Издательство «Просвещение», 1968.
2. Розвиток і саморозвиток педагогічної майстерності майбутніх учителів: колективна монографія / Зязюн І.А., Лавріненко О.А., Солдатенко М.М., Семенов О.М., Пономаревський С.Б., Іванова Т.В., Боровік О.М., Грищенко О.А., Тринус О.В., Падалка О.С.
3. Сучасний керівник: шлях до майстерності й успіху: матеріали з досвіду роботи відділу освіти Петрівської райдержадміністрації та районного методичного кабінету / Л.В. Корецька, А. І. Постельняк, В. П. Ткаченко. Кіровоград, 2014. – 84с.

**ШВЕЦЬ Т.,**

студентка 2 року магістратури  
факультету економіки і менеджменту  
Херсонський державний університет

## **ФОРМУВАННЯ МОВЛЕННЄВОЇ КУЛЬТУРИ КЕРІВНИКА НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ**

Зміни у сучасній освітній системі, зумовлені входженням України до єдиного європейського простору, викликають потребу у професійно підготовлених менеджерах освітньої галузі. У Національній доктрині розвитку



освіти, Державній національній програмі «Освіта» («Україна XXI століття»), Програмі «Вчитель», законі України «Про освіту» та інших офіційних документах, прийнятих на державному рівні, наголошено на необхідності підготовки конкурентоспроможного на ринку праці менеджера освіти., компетентного кваліфікованого директора-управлінця, який здатний ефективно організовувати функціонування загальноосвітніх шкіл, має високий рівень професійної культури, у тому числі мовленнєвої культури. Адже школа є складним соціокультурним утворенням, що до своєї системи включає структуру, статут, педагогічний та учнівський колективи та інші складові.

Проблема мовленнєвої культури у різних аспектах стала предметом наукового дослідження Н. Бабич, Н. Голуб, О. Горошкіної, М. Жовтобрюх, С. Карамана, Л. Кравець, Л. Мацько, А. Нікітіної, В. Мельничайки, М. Пентилюк, О. Ткаченко та ін. Питання культури спілкування керівників організацій та навчальних закладів вивчали Б. Гаєвський, В. Іванов, М. Кабушкін, О. Мармаза, В. Новоселов, Л. Орбан-Лембрик, Ю. Палеха, В. Патрушев, О. Ярковий та ін.

Отже, сучасна українська школа потребує ерудованого керівника-професіонала з глибоким розумінням своїх обов'язків, високим рівнем культури, зокрема, мовленнєвої. Культура мовлення – це складова загальної професійної культури менеджера, до якої висувається низка вимог. Обґрунтування таких вимог висвітлено у працях науковців-лінгвістів.

За твердженням Л. Мацько вимогами, за якими визначаються ознаки культурного мовлення є: нормативність, адекватність, естетичність, поліфункціональність. Вчена надає таку їх характеристику:

- нормативність – це дотримання під час користування мовою норм, які є обов'язковими для літературної мови;

- адекватність – це точність мовлення, тобто відповідність його умовам, засобам спілкування, змісту думок, почуттям і волевиявленням мовця, це повнота самовираження;

- естетичність мовлення – це вираження естетичних уподобань мовця засобами мови, здатність викликати своїм мовленням відповідні, бажані почуття естетичного задоволення;

- поліфункціональність мовлення – це вміння мовця вдало використовувати мову відповідно до названих вище вимог у всіх сферах матеріально-виробничого і духовно-культурного повсякденного життя [1, с.30].

Вивчаючи окреслену проблему Я. Радевич-Винницький зазначає, що «культура мовлення вимагає від мовця правильного, доречного вибору мовних одиниць, які «пасували б» до комунікативної ситуації, відповідали її параметрам» [2, с. 84].

Ураховуючи таке розуміння сутності поняття «мовленнєва культура» та вимоги до неї, необхідно здійснювати цілеспрямоване відповідне її формування. Одним з важливих напрямів формування мовленнєвої культури як складової професійної управлінця є вдосконалення володіння мовою професії, тобто фахово-термінологічні знання, здобуття навичок у введенні спеціальної

*Нова модель управління освітою в Україні: європейські орієнтири та вітчизняні виклики* лексики до професійних текстів. З метою розв'язання цієї проблеми дослідники пропонують різні підходи. Так, на думку Л. Штоми результативними шляхами удосконалення мовленнєвої культури є:

1. Вивчення мови і читання текстів вголос із дотриманням нормативних вимог.
2. Користування словниками, довідниками й посібниками.
3. Вивчення творів художньої літератури напам'ять, збагачуючи словниковий запас і черпаючи багатство з народної творчості.
4. Не говорити швидко, дотримуватися пауз і мелодики мовлення.
5. Вивчення мовлення майстрів слова.
6. Вироблення собі навички мовленнєвого самоконтролю і самоаналізу.
7. Намагання систематично записувати власні думки й цікаві спостереження, робити перекази з однієї мови на іншу з метою уникання помилок (суржику, кальки).
8. Оволодіння стилями мовлення (усного, писемного) [3, с. 78-81].

Таким чином, формування мовленнєвої культури керівників загальноосвітніх навчальних закладів є важливим завданням, бо від рівня професійної майстерності, ерудиції, володіння державною мовою, культурою ведення полеміки та дискусії залежить ефективність їх управлінської діяльності, а як результат успішне функціонування освітніх закладів у цілому.

#### ***Література:***

1. *Мацько Л. Культура мови / Л. Мацько // Початкова школа. – 1996. – №3. – 37 с.*
2. *Радевича-Винницького Я. К. Етикет і культура спілкування / Я. К. Радевич-Винницький. – Львів: СПОЛОМ, 2001. – 220 с.*
3. *Штома Л. Н. Мовленнєва культура вчителя як компонент педагогічної майстерності / Л. Н. Штома // Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті : досвід, проблеми, перспективи : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., 12-14 листоп. 2012 р., 2 (3). pp. – С. 78-81.*

**НАУКОВЕ ВИДАННЯ**

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

**Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції**

**ISBN 978-617-7573-65-3**

*Комп'ютерна верстка Мельникова К.В.  
Відповідальний за випуск Ушкаренко Ю.В.*

Підписано до друку 05.12.2018. Формат 60x 84/16.  
Папір офсетний Наклад 300 примірників.  
Гарнітура Times New Roman. Друк ризографія.  
Ум. друк. арк. 13,53. Обл.-вид. арк. 14,55.  
Замовлення № 1002.

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